

Tartu Ülikool
Sotsiaalteaduskond
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond

ONLINE-AJAKIRJANDUSE ARENG EESTIS

Bakalaureusetöö

8 punkti

Mari Rebane
Juhendajad:
Halliki Harro-Loit, Ph D
Vallo Nuust, MA

Tartu
2007

Sisukord

SISSEJUHATUS	4
I TÖÖ TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD	
1.1. Online-uudiste lugeja	6
1.2. Vana ja uue meedia ideaalid	7
1.3. Online-ajakirjanduse tüübid	8
1.4. Digitaalse ajakirjanduse ajaloost	9
1.5. Online-ajakirjanduse ärimudel	11
1.6. Paberlehed ja ajalehtede võrguväljaanded Euroopas	12
II MEETODID	
2.1. Süvaintervjuu	19
2.2. Kontentanalüüs	19
III TULEMUSED	
3.1. Eesti online väljaannetesse ja portaalidesse kommenteerimisvõimaluse tekkimine	
3.1.1. Postimees Online	21
3.1.2. Eesti Päevaleht Online	25
3.1.3. (SL) Õhtuleht	27
3.2. Uudisportaalid	28
3.2.1. Delfi	29
3.2.2. Mega	35
3.3. Kvaliteetpäevalehtede võrguväljaande ja paberlehe uudiste võrdlus	38
IV DISKUSSIOON JA JÄRELDUSED	
4.1. Online-väljaannete ajaloost	43
4.2. Areng uudisportaaliks	45
V KOKKUVÕTE	49
VI SUMMARY	50
VII KASUTATUD KIRJANDUS	51
VIII MUUD ALLIKAD	52
IX LISAD	
Lisa 1: Intervjuu Jaanus Lillenbergi, Taivo Pajuga (Postimees)	53
Lisa 2: Intervjuu Indrek Ibrusega (Eesti Päevaleht)	61

Lisa 3: Intervjuu Armand Karjatse, Urmas Taliveega (SLÕL)	63
Lisa 4: Intervjuu Lea Lariniga (Delfi)	65
Lisa 5: Intervjuu Priit Hõbemäega (Mega)	74
Lisa 6: Intervjuu Tarmo Lambiga (Postimees)	76
Lisa 7: Eesti Päevalehe online- ja paberlehe uudispealkirjade võrdlus	79
Lisa 8: Postimehe online- ja paberlehe uudispealkirjade võrdlus	81

Sissejuhatus

Käesolev uurimustöö käsitleb online ajalehtede (ja osaliselt online-ajakirjanduse üldisemalt) arengut Eestis viimase kaheksa aasta jooksul.

Suuremad Eesti päevalehed – Postimees, Eesti Päevaleht ja SL Õhtuleht (esialgu lihtsalt Õhtuleht) alustasid võrguväljaannetega 1990ndate aastate keskel. Tinglikult saab online-ajalehtede arengu Eestis jagada kolmeks:

- staatiline paberlehe peegeldus internetis (1995-1999, kui Äripäev alustas esimesena online-uudiste tootmist)
- paberlehe peegeldus koos päeva jooksul lisanduvate uudistega ja kommenteerimisvõimalusega (1999-2005)
- iseseisev väljaanne, mis kannab paberväljaandega küll sama nime ning sinna lähevad ka kõik paberlehe artiklid, kuid on sisult on kasvatud uudisportaali mõõtmetesse ning pakutakse paberlehega erinevat sisu (alates 2005, kui Postimees hakkas jõuliselt arendama oma võrguväljaannet)

Lisaks sellele alustasid aastatuhande vahetusel uudisportaalid ehk ainult internetis levivad meediakanalid Delfi ja Mega. Delfi tõi ajakirjanduses murrangu, kui loodi debatiplats nimega Delfi@comment, mille eesmärk oli „kollektiivse aju” sünniga ehk kommentaaride kaudu kodanikuajakirjanduse ergutamisega luua uus kvalitatiivne tase ajakirjanduses.

Uurimus keskendub kõige rohkem sellele, kuidas ajalehtede võrguväljaanded hakkasid tasapisi portaaliks muutuma. Selle puhul väärub uurimist kolm aspekti, millest keskendun kahele. Üks aspekt uudisportaali puhul on uudiste produktsiooni mitmekesisus. Kas uudiste koguhulk ja mitmekesisus muutub portaali puhul? Ajalehe puhul on paber see, mis maksab, internetis on maht aga sisuliselt piiramatult. Uurimuses käsitlen eelkõige toimetuse tehtud uudiseid, mitte avalikku uudisvoogu ehk ettevõtete ja asutuste pressiteateid, samuti mitte lugejate tagasisidet.

Teine aspekt on võrguväljaande puhul aeg. Uudisportaali puhul ei ole uudisel enam tähtaega, mil see peab valmis olema või mil see aegub. Sisuliselt on tegemist 24h uudiste tootmisega, mis võimaldab näidata sündmuse arengut, muudab selle läbipaistvamaks.

Koos võrguväljaannete arendusega on arenenud ka interaktiivsus, mida on Van der Wurffi järgi kahte liiki. Inimestevahelise interaktiivsuse all mõistetakse seda, kui palju saab lugeja anda tagasisidet, kas siis otse ajakirjanikele või tagasisidena võrguväljaandes, nagu näiteks kommentaariumites.

Sisuline interaktiivsus tähendab seda, kui palju saab lugeja võrguväljaande lugemisel panna ise kokku teda huvitavate teemade paketi või kasvõi otsustada, kui suure fondiga artikleid kuvatakse. Kas näidatakse uudiseid võrguväljaandes piltidega või ilma, ning kas uudistele on lisatud teksti sisse hüperlinke (Van der Wurff 2005).

Inimestevahelise interaktiivsuse skaalal saab Eesti online-ajakirjandusele panna kõrgeid punkte, sest ajalehtede online-väljaannetes on väljas ajakirjanike isiklikud e-posti aadressid, samuti saab anda tagasisidet võrguväljaandes endas nii kommentaaride kui lugejaküsitluste kujul (Harro-Loit 2005).

Sisulises interaktiivsuses on veel arenguruumi. Tekstisiseseid hüperlinke kasutatakse peamiselt online-portaalis Delfi, ajalehtede online-väljaannetes lisatakse teema juurde kuuluvate või sellega haakuvate lugude lingid loo lõppu. Oma soovi kohast uudistemenüüd ei saa praegu veel ühegi ajalehe võrguväljaandes teha.

Kodumaine online-ajakirjandus soosib aina enam inimestevahelist interaktiivsust. Lugejate arvamust tahetakse kuulda ning kasutatakse väljaande tegemisel. Eesti Päevalehe võrguväljaandes on selleks loodud lausa eraldi rubriik. Seega uurin siin töös ka interaktiivsuse erinevaid liike.

Online-ajakirjandust on eriti viimastel aastatel rohkem uuritud. Tartu Ülikoolis on online-uudiste arengust bakalaureusetöö kirjutanud Inno Tähismaa (2003), võrguväljaande ja paberlehe loetavust on analüüsinud Holger Roonemaa (2007), kui nimetada vaid mõned.

Töö teoreetilised ja empiirilised lähtekohad

Internet on võrgustiku meedium. Kõigil, kel on juurdepääs sellele võrgule, saavad ligi ka kõigi teiste sama juurdepääsuga kasutajatele. See on tõeline „kõigilt kõigile” meedium. Sellisena on internet fundamendaalselt erinev traditsioonilisest meediast, mis on „ühelt paljudele”.

Interneti suhtlusfunktsioon tuleneb selle potentsiaalsest interaktiivsusest. Uudiste kontekstis tähendab see interaktiivsust inimeste vahel: lugeja-toimetaja vahel, erinevate lugejate vahel, gruppide või indiviidide vahel. Kõige tähtsamad tehnoloogiatiübid, mis sisaldavad ja kasutavad ära interneti kontaktipotentsiaali, on e-mail, jututoad ja foorumid ning e-teadete tahvlid (*e-bulletin boards*). (Engebretsen 2006, 19-20)

1.1. Online-uudiste lugeja

Mitte kõik online-uudiste lugejad ei taha oma arvamust ainult toimetajale edastada, paljud tahavad seda teiste lugejatega jagada. /---/ Tõsisemate teemadega diskussioonid ja foorumid pole aga suutnud netis läbi murda, sest online-uudiste debatisaitidel domineerib tihti võrdlemisi väike grupp võrdlemisi noori kasutajaid. „Raskekaallased” paistavad eelistama tavapärasest meediumist. Praegu on veel vähe kasutatud ära online-uudiste saidi kui avaliku turuplatsi funktsiooni.

Kui e-post on kõige tähtsam viis toimetaja ja publiku omavahelises suhtluses, siis jututoad, debatisaidid ja teadetetahvlid toimivad kui avalik turuplats. Need on vahendid, kuidas inimesed „kohtuvad”, vahetavad arvamusi ja arendavad suhteid. Erinevalt päris-turuplatsidest saab virtuaalsel turuplatsil tekkida suhteid, mis põhinevad nii kultuurilisel kui geograafilisel ühendumisel. (Engebretsen 2006, 21-22)

Engebretseni järelduste kohaselt on online-uudiste lugejal järgmised omadused:

- tal on vähe aega ning ta tahab oma aega võimalikult efektiivselt kasutada
- ta on skeptiline autoritaarses vormis esitatute suhtes

- ta otsib päevakajalist, asjassepuutuvat, arusaadavat ja tähenduslikku infot selle kohta, mis toimub tema vahetus ja lähedas ümbruses
 - nõuab nii oma huvide rahuldamist kui ka fakte
 - lugejad, kes eelistab „uurivat koorimist” (*investigative skimming*) ehk uudiste kiiret pinnapealset läbilappamist põhjalikule tähelepanelikule lugemisele
- (Engebretsen 2006, 71)

1.2. Vana ja uue meedia ideaalid

Engebretseni hinnangul on arvamuste vahetus üks interneti kõige tähtsamaid funktsioone, sest kõige suurem liiklus toimub erinevate jututubade ja foorumite juures. Kõigil, kes loevad online-uudist, on nüüd võimalus oma arvamust avaldada, vähemalt nii kaua, kuni uudiste tootja vastava võimaluse on andnud. Informatsioon ei ole enam ühesuunaline, tootjalt retsiptendile. Nüüd võivad kõik – olgu grupid või üksikindiviidid – olla üheaegselt info tootjad ja vastuvõtjad (Engebretsen 2006).

Teisalt ei tähenda võimalus kõigil olla üheaegselt info tootja ja tarbija automaatselt seda, et traditsiooniline meedia kaotaks oma mõtte, märgib Tanjev Schultz (2000). Ühest küljest saavad sotsiaalne liikumine ja kohalikud kommuunid arvutivõrgustike abil elu sisse. Teadetetahvlid ning interneti vestlusgrupid võivad tasakaalustada traditsioonilise meedia võimu ning kallutatust.

Pelgalt kommunikatsioon ja osalemine ei tähenda kvaliteedi ja sisu väärtuse osas aga midagi. Mida rohkem on kommunikaatoreid, seda vähem aega on igäühel teisi kuulata. Mida väiksemad on vastastikku mõjuvad ja suhtlevad grupid, seda väiksem on nende tähtsus ühiskonna jaoks tervikuna. Aina suureneva hulga informatsiooni- ja kommunikatsioonifoorumitega võivad tähtsamaks muutuda mingisugused kesksed allikad, mis aitavad kasutajatel otsustada, mis on tähtis (Schultz 2000: 207).

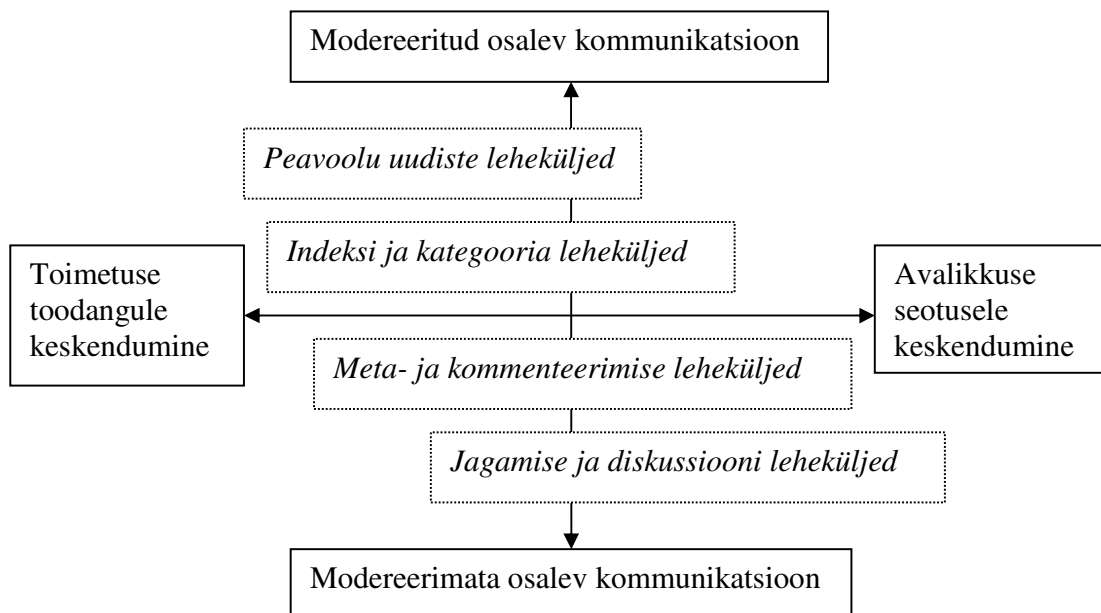
Vana ühesuunaline massimeedia täieneb ja peabki täienema uue interaktiivse meediaga. Sissetöötatud ajakirjandusväljaannete internetileheküljed võivad mängida olulist rolli adekvaatse info foorumite ning tõsiste debatipaikadena, sest nad toetuvad professionaalsetele toimetajatele. Samuti jõuavad need enamasti suurema hulga kasutajateni kui vähemtuntud uudisgrupid, teadetetahvlid või listiserverid eales jõuavad (Schultz 2000).

Meedia turuplatsi funktsioon on tihedalt seotud demokraatia ehitaja rolliga. Demokraatia on valitsemisvorm, mis põhineb sõnavabadusel ja vabal juurdepääsul infole. Mõlemad põhimõtted nõuavad vaba ja avatud meediat (Engebretsen 2006).

1.3. Online-ajakirjanduse tüübid

Online-ajakirjandust on nelja erinevat tüüpi, märgib Mark Deuze (2003). Online-ajakirjandust saab teistest ajakirjanduse liikidest eristada tehnoloogilise komponendi läbi, kui keskenduda töökorralduslikule definitsioonile. Online-ajakirjanik peab otsustama, milline meedia formaat või formaadid annavad loo kõige paremini edasi (multimeedialisus), kaaluma avalikkuse võimalusi lugudele vastata, osaleda ja isegi mugandada teatavaid lugusid (interaktiivsus) ning mõtlema, kuidas ühendada lugu teiste lugudega, arhiiviga, taustinformatsiooniga jne (hüpertekstuaalsus).

Neli tüüpi online-ajakirjandust asetuvad teljestikule, mille ühel teljel on ühes otsas „toimetuse toodangule keskendumine” ning teises „avalikkuse seotusele keskendumine”. Teisel teljel aga „modereeritud osalev kommunikatsioon” versus „modereerimata osalev kommunikatsioon” (Deuze 2003).



Kõige enamlevinud uudismeedia produktsioon võrgus on peavoolu uudiste lehekülj, mis pakub valikut toimetuse toodetud ajakirjanduslikku materjali ning minimaalset, enamasti filtreeritud või modereeritud kujul osalevat kommunikatsiooni. Näiteks on seda tüüpi uudisküljed CNN ja BBC, sinna kategooriasse paigutuvad enamus online-väljaannetest. Seda tüüpi uudisküljed ei erine kuigi palju pressi- või elektroonilisest meediast, mis puudutab uudiste ajakirjanduslikku edastamist, uudisväärtuseid või suhet publikuga.

Teist tüüpi online-ajakirjandust omistatakse tihti otsingumootoritele (nagu näiteks Yahoo), turu-uuringute firmadele või eraisikutest ettevõtjatele. Siin pakuvad ajakirjanikud viiteid teistele uudislehekülgedele internetis. Need lingid on mõnikord liigitatud toimetajate poolt. Need „indeksi ja kategooria” leheküljed ei paku enamasti kuigi palju toimetuse toodetud ajakirjanduslikku materjali, kuid võivad pakkuda jututubasid või kohti, kus inimesed saavad vahetada uudiseid, vihjeid ja linke.

Meta- ja kommenteerimise leheküljed (*meta- and comment sites*) sisaldab lehekülgi uudismeediast ja meediateemadest üldisemalt. Mõnikord on see mõeldud kui pikendatud indeksi ja kategooria lehekülj. Mitmel pool maailmas täidavad need leheküljed meediakriitika või „alternatiivse” meedia häälekandja rolli. Sealse sisu toodavad tihti mitmed ajakirjanikud, kes arutlevad mujalt internetist leitud sisu üle. Selline „ajakirjandus ajakirjandusest” ehk metameedia või meta-ajakirjandus õitseb eriti online’s. Kuna enamus neist saitidest lubavad inimestel oma lugusid üles laadida, võib neid vaadelda kui rohkem või vähem „osalus-metalehekülgedena”.

Jagamise ja diskussiooni leheküljed (*share and discussion sites*) on neljas liik. Seda tüüpi online-ajakirjandust on kirjeldatud ka kui „grupiblogi”, mis pakuvad inimeste isiklike kogemusi internetist (Deuze 2003).

1.4. Digitaalse ajakirjanduse ajaloost

1990. aastatel, enne interneti ja interneti tõusu ajal, vajus ajakirjandus põhja. Ben Scotti (2005) hinnangul on rohkem kui aastakümne vältel saanud aina selgemaks, et demokraatliku ajakirjanduse missioon, avalikkuse teenimine, on suurenevate kasumimarginaalide nimel kommertspressi poolt kõrvale heidetud. Selle tulemusel on enamus toimetajaid olnud tunnistajaks kulukate, kuid hädavajalike ajakirjanduslike tavade langusele nagu näiteks uuriv ajakirjandus, väliskorrespondendid, suure ja

mitmekesise reporterite hulga ülalpidamine ja poliitiliste ning majanduslike võimukohtade suhtes valvekoera ülesannete täitmine. Tänapäeva ajakirjandusel on palju rohkem ühist eliidiga, keda meedia justkui reguleerib, kui avalikkusega, kelle poolt väidetavalt kõneleb (Scott 2005).

Digitaalne uudismedium on tõestanud end nii tavameedia trendide esindajana kui ka tulevaste koonduvate vormide ettekuulutajana. Samal ajal on see tehnoloogilise revolutsiooni viimane kindlus ja võimsaim jõud kõige murettekitavamate arengute taga kommertsmeedia süsteemis.

Alates online-ajakirjanduse „plahvatusest” koos veebilehitsejate Netscape ja Internet Explorer turuletulekuga 1994. ja 1995. aastal arenes online-ajakirjandus tormiliselt. Olid uudised, hüperlingid tekstis, multimeedia ja 24-tunnine tootmistsükkel, olid jututoad ja foorumid. Mida polnud, oli raha teenimise oskus ja teadmine. Järsku kadus uudiste monopol, igaüks, kel olid vastavad tehnilised oskused, võis oma uudiskülje teha. Lisaks ähvardasid tavameediat portaaliid nagu näiteks AOL (American Online) ja Yahoo (Deuze klassifikatsiooni kohaselt „indeksi ja kategooria” uudisleheküljed). Internet on globaalne meedium ning koos nii paljude uute võimaluste tekkega eelistas tarbija ringi luusida ning pikkade uudislugude asemel lühikesi uudiskokkuvõtteid lugeda näiteks Yahoost (Scott 2005). Lõid õitsele uudisteagentuurid nagu näiteks Reuters.

Nõ „dot.com” buumi ajal läksid kõik uudisäri tegelejad interneti ning peaaegu mitte keegi ei teeninud raha. 2000. aasta kesksuvel lõhkes internetimull ja paljud suurte uudisorganisatsioonide võrguosakonnad olid miinuses. Selgus, et kõrgekvaliteedilist ajakirjandust on võrgus peaaegu sama kallis toota kui füüsilises maailmas, ainult et internetis ei tahtnud keegi selle eest maksta. Samal ajal enamus kasumit mitte taotlevatest lehekülgedest (näiteks blogid) õilmitsesid (Scott 2005).

Kuna uudiste ülepakkumisega olid hinnad kukkunud, tuli välja mõelda viis, kuidas uudistest enestest teha väärtus, mille eest makstaks. See tähendab, et online-uudised vajavad mingit lisaväärtust, et internetis surfaja sinna pidama jääks. Sisu, mis oli piisavalt väärtuslik, et seda kasumlikult müüa, eemaldati suurest uudismassist, mis ühesugusena lugematutes võrguväljaannetes ilmub. See tähendas Scotti hinnangul ühtlasi uudiste nišistumist.

Praegu toimub online-uudiste maailmas konkurentide väljalangemine. Tulusaimaks teenimise viisiks on uudiste portaalid, mis pakuvad igapähele midagi. Kasumliku online-uudiste äri võtmesõnadeks on võimalikult vähe tootmiskulusid tekitava tehnoloogia kasutamine ning võimalikult paljude erinevate huvide (pinnapealne) rahuldamine (Scott 2005).

1.5. Online-ajakirjanduse ärimudel

Van der Wurff (2005) märgib, et online-ajalehed luuakse pidevalt muutuv keskkonnas, pistes rinda interneti pakutavate võimalustega ning võistlejatega. See tähendab, et ajalehtede kirjastajad peavad hakkama saama väljakutsetega, mida saab lahendada vaid tegemise käigus tehtud vigadest õppides.

Internet, nii nagu ka teised digitaalsed tehnoloogiad, õõnestavad Van der Wurffi sõnul traditsioonilisi ajakirjanduse väljaandmise ärimudeleid. Klassikaline ärimudel põhineb ajalehtedel, mille sisu on heterogeenne ning pakub midagi igapähele. Digitaalne tehnika ning internet võimaldavad aga – vähemalt teoorias – kohandada uudised ja sisu vastavalt valitud publikule. Teiseks võimaldab internet ajalehe väljaandjal lisada võrguväljaandele uusi teenuseid (nagu näiteks foorum) või uutmoodi sisu (multimeedia). Kolmandaks saab ajakirjanik internetis eksperimenteerida uutlaadi kajastusega. Siiaaani pole aga päris selge, kuidas ajalehtede väljaandjad neilt uutelt võimalustelt tulu saavad lõigata. See on kirjastajate jaoks praegu suurim pähkel, millega tegeldakse kogu aeg. (Van Der Wurff 2005, lk 13-14)

Üks interneti eeliseid on odavus, märgib Van der Wurff. Online'i abil leviva elektroonilise uudise levi maksab tunduvalt vähem, kui käsitsi kohaletoimetatav paberleht. Tööstuses, kus paberi, trükitvärvi ja trükkimise kulud moodustavad suure osa kogukuludest, on see tähtis asjaolu. Digitaalne levi võimaldab väljaandjatel siseneda lisaks kohalikule turule suure vahemaa kaugusel asuvatele turgudele.

Kirjastajad peavad Van der Wurffi hinnangul leidma online-uudiste jaoks oma niši, esiteks teiste väljaannete kõrvale, teiseks trükitväljaannete kõrvale. Nad peavad suutma ära hoida „kannibalismi” ehk selle, et online-toodang hakkab ära sööma nõ offline-toodangu ehk paberlehe turgu. Soovitavalt saab online-uudistest täiesti omaette toode, mis teenib nii uute kui olemasolevate klientide huve kõige kasumlikumal moel.

Meediakirjastajad reageerivad sellele väljakutsele erineval moel. Mõni on väga ambitsioonikas ja eksperimenteerib internetiga, teine vastupidi on alalhoidlik ning juhindub võrguväljaandes paberlehe traditsioonidest ning huvidest.

1.6. Paberlehed ja ajalehtede võrguväljaanded Euroopas

Enamikku online-ajalehti Euroopas saab iseloomustada nelja üksteisest sõltumatu joone abil. Võrguväljaanded kas keskenduvad uudistele või rõhuvad teistsugusele informatsioonile uudiste kõrval. Nad toodavad kas regulaarselt ajakirjanike kirjutatud, tuttavatele allikatele toetuvaid klassikalises formaadis uudiseid või nad avaldavad küllalt suure arvu spetsiaalse formaadiga ning tundmatutel allikatel põhinevaid ühikuid. Nad pakuvad vähem või rohkem internetispetsiifilisi lisavõimalusi, näiteks erinevat tüüpi interaktsiooni. Nende ärimudel põhineb kas tellijatel ja reklaamitulul või nad eksperimenteerivad erinevate sissutulekuallikate ja strateegiatega. Lisaks on erandlikke väljaandeid, mis sellesse üldmudelisse ei sobi. (Van Der Wurff 2005)

Van Der Wurffi eestvedamisel uuriti ja võrreldi 16 Euroopa riigi ajakirjandusturgu (sh Eesti), täpsemalt paberlehti, nende võrguväljaandeid ning ainult internetis ilmuvad uudiskanalid. Selleks võeti ühe päeva, 8. oktoobri 2003 aastal ajalehtede ja võrguväljaannete esileheküljed ning võrreldi, millele pühendavad väljaanded esileheküljel ruumi (uudised ja muu toimetuse info, kuulutused, enesereklaam, interaktsioon, meelelahutus, teenuse info, viited, *breaking news* ehk nõ pomm uudis või värske uudis).

Üks järeldusi oli see, et paberlehtede võrguväljaanded ja ainult internetis ilmuvad uudiskanalid ei erinegi teineteisest nii palju, kui võiks arvata. Põhimõtteliselt on mõlema ülesehitus sarnane ning traditsioonilise ajakirjandusväljaande mudelit järgiv. Uudistele ja muule toimetuse toodetud infole (näiteks mõne ajakirjaniku või toimetuse tellitud spetsialisti kirjutatud taustalugu) pühendatakse nii paber- kui võrguväljaannetes suurim osa esileheküljest. Keskmiselt oli paberlehe esikaanel 11 ja online-väljaande esikaanel 18 uudist, mis vastavalt katavad kolmveerand ja pool esileheküljest. Protsentides: paberlehes võtsid uudised esikaanel 75,1 protsenti, võrguväljaandes 51,5 protsenti ning ainult internetis ilmuvas uudisportaal 47,9 protsenti.

Keskmiist kõrvale jättes oli esikaanel uudiste alla minev ruum protsentuaalselt väga varieeruv. Näiteks väikseima esikaane uudisprotsendiga rootsi paberlehe Goteborgs Posteni esikaanel oli 53 protsenti uudiseid, suurima protsendiga silma paistnud soome ajalehe Aamulehti esikaanel oli uudiseid aga 97 protsenti. Võrguväljaannetes paistsid vastavalt silma hispaania La Vanguardia 20 protsendiga ning sakslaste Frankfurter Rundschau 84 protsendiga. Ainult internetis ilmuvatel uudiskülgedel oli uudiseid üldiselt vähem kui ajalehtede võrguväljaannetes, avalehe uudisprotsent jäi 10 ja 70 protsendi vahele.

Teine suurim kategooria, millele ajalehed esikaanel ruumi pühendavad, on enesereklaam. Huvitav on see, et visuaalselt esiletõstetud reklaame (ehk mitte pelgalt tekstilisi reklaame) on Euroopa 16 riigi suuremate lehtede seas kõige rohkem Eesti Päevalehe esikaanel (27 protsenti). Võrguväljaannete ja interneti-uudiskülgede seas paistavad reklaamidega enim silma vastavalt Irish Independent (21 protsenti) ja rootsi Nyheter.nu (31 protsenti).

Suur osa artiklitest, mis on ajalehtede võrguväljaannetes tähtsal kohal, ilmuvad ka paberlehes. Peaaegu täielik ehk enam kui 95-protsendiliselt kattuvad võrguväljaande ja paberlehe artiklid Bulgaaria, Kreeka, Küprose, Iirimaa ja Leedu väljaannetes. Seevastu Belgia ja Itaalia lehtedes kajastus vähem kui 50 protsenti võrguväljaande uudistest sama päeva paberlehes. Võrguväljaande artiklid on enamasti lühemad kui paberlehe omad. Vaid kaheksa protsenti võrguväljaande artiklitest olid pikendatud versioonid paberlehe lugudest. Ning vaid viis protsenti online-uudistest olid paberlehe uudised, millele olid lisatud hüperlingid või mingid muud viited aastal 2003 (Van der Wurff 2005).

Kõige rohkem levinud viisid, kuidas võrguväljaanne end paberlehest eristada saab, on inimestevaheline ja sisuline interaktiivsus, multimeedia kasutamine ja vahetus ehk reaalsajas uudiste tegemine.

Inimestevahelise interaktiivsuse all mõistetakse seda, kui palju saab lugeja anda tagasisidet, kas siis otse ajakirjanikele (võrguväljaandes on olemas ajakirjanike isiklikud või üldine meiliaadress) või tagasisidena võrguväljaandes (kommentaariumid, küsitlused, foorumid).

Sisuline interaktiivsus tähendab seda, kui palju saab lugeja võrguväljaande lugemisel panna ise kokku teda huvitavate teemade pakett või kasvõi otsustada, kui suure fondiga artikleid kuvatakse. Kas näidatakse uudiseid piltidega või ilma, ning kas uudistele on lisatud teksti sisse hüperlinke.

Multimeedia kasutamine tähendab, kui palju lisavad võrguväljaanded uudistele pilte, audio- või videoklippe.

Vahetus (*immediacy*) tähendab regulaarset uudiste uuendamist ning reaajas info edastamist. Regulaarselt uuendatavad võrguväljaanded tähendavad, et erinevatel kellaaegadel päeva jooksul on võrguväljaannetel üleval erinev info.

Järgnevalt väike ülevaade, milline oli online-ajakirjanduse seis Euroopas 2004. aastal, vastavalt Van der Wurffi toimetatud uuringule.

Belgia (täpsemalt Flandria ehk hollandikeelse kultuuriruumi) ajalehtede väljaandjad on küllalt ettevaatlikud ning online-väljaanded eksisteerivad paberlehtede täienduseks, et minimaliseerida kannibalismi (olukorda, kus ajalehe online-väljaanne sööb ära paberlehe kasumi). Uudiseid uuendatakse regulaarselt, kuid pigem on flaami lehed paberväljaannete elektroonilised koopiad kui iseseisvad tooted. Interaktiivsust, hüpertexti ja multimeediat ei kasutata kuigi palju (Steve Paulussen 2005).

Bulgaarias on võrguväljaandeid mitmesuguseid. Valdavalt on võrguväljaanne samasugune kui paberleht, päeva jooksul seda ei täiendata enne, kui pannakse üles uue päeva paberlehe sisu. Samas on lehti, mille online-versioone täiendatakse päeva jooksul. Bulgaaria online-lehed ei pane oma saitidele üles video- ega helifaile, illustatsiooniks on foto või harvemal juhul infograafik. Uurimuse all olnud kolme päevalehe võrguväljaandes ei avaldatud ka ajakirjanike kontaktandmeid. Sisulise interaktiivsuse poole pealt on kõikides Bulgaaria online-väljaannetes olemas otsingumootor, kuigi see aeg, mil erinevaid lehenumbreid arhiivis alles hoitakse, erineb lehtede puhul tuntavalt (ka vaid kuupikkune arhiiv). Online-väljaanded Bulgaarias sihivad enamasti välismaal elavaid bulgaarlasi (Lilia Raycheva 2005).

Küprosel on online-ajakirjandus alles lapsekingades (oli seda vähemalt 2003. aastal) ning kolme suurema ajalehe võrguväljaanded on paberlehtede peeglid ilma eriliste

lisandusteta. Ühel lehel on olemas sisuline interaktiivsus ehk saab valida kahe erineva keelega lehenumbri vahel, lisaks on tekstis lingid video- ja helifailidele. Teine uuendab oma võrguväljaannet päeva jooksul. Kolmas ei pühenda aga eriti ei aega ega vaeva online-väljaandele (Nayia Roussou 2005).

Taanis on elanikel juurdepääs internetile kõrge ning igasugune online-tegevus pälvib huvi. Ajalehtede võrguväljaanded jäävad aga alla telekanalite võrguväljaannetele, sest viimased pakuvad lisaks uudistele (mis on heli- ja videoklippidega rikastatud) interaktiivset meelelahutust ning teleteksti. Taani suuremate lehtede online-versioone täiendatakse värskete uudistega pidevalt, mõõdukalt on kasutusel multimeedia ning interaktiivsus. Lugejate jaoks on tehtud foorum ning nad saavad kirjutada toimetajatele. Samuti saavad lugejad-tarbijad kommenteerida, aga mitte otse, see käib läbi lehepoolse vahendaja (Niels-Ole Finnemann & Bo Hovgaard Thomasen 2005).

Soome lehtede võrguväljaannetes uuendatakse uudiseid, kuid multimeediat eriti ei kasutata. Interaktiivsuse osas on napp suhtlus toimetajatega ehk ajakirjanike otsekontakte kuigi meelsasti ei avalikustata. Lugejate omavahelise suhtluse osas olid erinevad lehed erinevad: saab kommenteerida, on olemas foorumeid ning lugejaküsitlusi. Mõne lehe spetsiaalses rubriigis saab ka multimeediaga rikastatud uudiseid tarbida. Soome lehed on online-ajakirjanduse suhtes võtnud ettevaatliku hoiaku, sest kuniks pole interneti(reklaami)tulusid, ei taheta teha ka kulutusi (Ari Heinonen & Terhi Kinnunen 2005).

Saksamaa on tõeline ajakirjanduse paradiis. 2003. aastal oli internetis 264 ajalehe võrguväljaannet. Nelja suurema paberlehe võrguväljaanded ei ole pelgalt paberlehe peegeldused, vaid sisaldavad suurel määral spetsiaalselt interneti jaoks kirjutatud artikleid. Interneti-spetsiifilistest omadustest leiavad kasutust foorum, samuti on lahkelt pandud üles ajakirjanike kontaktid, kuid lehekülje personaliseerimist ehk oma maitse järgi võrguväljaande rohkem kui vähem ümberkujundamist ei võimaldata. Samuti puudub multimeedia, mida aga tekib ilmselt aina rohkem koos kiirema ja võimsama interneti levikuga (Tanja Steltzer 2005).

Kreeka ajalehtede paber- ning võrguväljaanded on taas kord väga sarnased, kuid taotluslikult. Tarbijal on siis üleminek paberlehelt võrgulehele sujuv, nõ tunne on sama. Kirjastajail polegi suurt huvi muuta nägemust, et võrguväljaanne on midagi enam kui

paberlehe pikendus ja peegeldus. On küll tekkinud võrguväljaandeid, kus uudiseid uuendatakse ning on olemas foorumid, kuid selle kõrval eksisteerivad ka väljaanded, kus internetile omaseid võimalusi ei kasutata (Dimitra Dimitrakopoulou & Eugenia Siapera 2005).

Iirimaa võrguväljaanded on autori hinnangul peamiselt paberlehtedega samasisulised, kuid enam väljaannete omanike ärihuvisid teenivad kui paberväljaanded. Artiklid online-lehtedes on lühemad ja kontsentreeritumad. Multimeediavõimalusi ei kasutata, küll aga on võrguväljaannetes olemas ajakirjanike kontaktaadressid (John O'Sullivan 2005).

Itaalia online-ajakirjandus (kuigi sealsed reklaamirahad lähevad eelkõige televisiooni) panustab sellele, et paberversioon ning võrguväljaanne teineteisest erineksid. Online-ajalehte täiendatakse pidevalt ning artiklid paberlehes ning võrguväljaandes kattuvad vähe. Selle mõtte on, et lugejad ostaksid paberlehe (online-versioon on tasuta), sest internetist nad seda ei saa. Samas eksisteerib väljaandeid, mis lihtsalt oma trükiartiklid internetti panevad ja kõik. Interaktiivsuse osas saab Itaalia lehtede võrguväljaannetes seda personifitseerida (valida keelt, minna arhiivi), kuid toimetuse kontaktide edastamine ning lugejatelt tagasiside saamine ei kuulu asja juurde, samuti mitte multimeedia lisamine (Leopoldina Fortunati & Mauro Sarrica 2005).

Leedu ei panusta eriti paberlehe ja võrguväljaande erisuse rõhutamisele, kuid ühena vähestest uuringus osalenud ajakirjandusmaadest saavad leedu lehelugejad ajalehtede online-versioonidesse artiklite juurde kommentaare kirjutada, vähemalt osaliselt. Muus osas on võrguväljaanded mõõdukalt interaktiivsed, pakkudes võimalust arhiivis otsida. Multimeedia võimalusi Leedu online-ajakirjanduses ei kasutata (Auksė Balčytienė & Rūta Marcinkevičienė 2005).

Hollandis täiendavad võrguväljaanded paberlehte, olles sama ülesehituse ning pealkirjadega. Multimeediavõimalusi kuigivõrd ei kasutata, kuid uudiseid uuendatakse pidevalt. Võideldes ühest küljest aina kahaneva ajalehelugejate hulgaga ja teisalt uute võistlejatega näiteks telekanalite näol, püüdlevad online-väljaanded sinnapoole, et suhelda rohkem oma lugejatega ning pakkuda kiirema interneti tulles rohkem multimeedia sisu (Richard van der Wurff 2005).

Portugali ajalehtede võrguväljaanded pakuvad erineval tasemel uudistevärskendust. Põhiuudised tulevad paberlehest, kuid neile tuleb online's kindlasti lisa. Multimeediat

eriti ei kasutata, sest aeglase internetiühendusega kasutajatel ei oleks lihtsalt tehniliselt võimalik seda vaadata. Interaktiivsuse osas jääb puudu lugeja tagasisidest ning ajakirjanike kontakte võrguväljaannetest ei leia (Pedro Pereira Neto & Gustavo Cardoso 2005).

Hispaania online-meedia turg on väga elav, kuigi riigis ei ole väga head ligipääsetavust internetile. Hispaania suurimad päevalehed võistlevad omavahel nii paberlehe kui internetiturul, mis tähendab, et võrguväljaanded on mitmekülgsed (iseasi, kui kvaliteetne on see info) ning hästi arendatud. Interaktiivsus, multimeedia ja hüpertekstuaalsus ehk tekstisisene viitamine on kõik Hispaania võrguväljaannetes esindatud rohkem kui Euroopa keskmises ajalehe võrguväljaandes (Ramón Salaverría, Javier Díaz Noci, Xosé López & Ma Bella Palomo 2005).

Rootsis on suuremate lehtede online-väljaanded erinevad sisu poolest paberlehest. See aga ei tähenda, et võrguväljaanded palju internetispetsiifilisi võimalusi kasutaks. Interaktiivsus seisneb enamasti otsingumootori olemasolus (millega lehe arhiivis saab otsida). Samas uuendatakse võrguväljaandeid päeva jooksul regulaarselt. Rootsi suured päevalehed peegeldavad võrguväljaandes mingil määral paberlehte. See trend siiski muutub suurema interaktiivsuse suunas (Susan Holmberg & Micke Gulliksson 2005).

Suurbritannia suuremad ajalehed on internetis teistsugused kui paberil, kuigi suurem osa sisust on nii paberil kui võrguväljaandes sama. Online-versioonides on rohkem illustratsioone kui paberil, on interaktiivsust. Suuremat rõhku ainult võrguväljaande materjalile paneb The Guardian, Suurbritannia juhtiv võrguväljaanne (Colin Sparks & Aybige Yilmaz 2005).

Eesti ajalehtedel on kõigil olemas online-väljaanded. Toimetustes on kas eraldi online-toimetus või teevad paberlehe ajakirjanikud lisaks paberlehele võrguväljaandesse lugusid. Eesmärk on online-uudiste pidev pealevool, isegi kui need põhinevad peamiselt pressiteadetel ning teiste paberlehtede uudiste refereerimisel. Interaktiivsuse osas: võrguväljaanded ei kasuta multimeediat (aastal 2005), kuid on olemas tasuta kasutatavad otsingumootorid ning foorumid, toimetajale kirja saatmise võimalus ning kõikide ajakirjanike kontaktid.

Pealtnäha on eesti paberlehed ja online-väljaanded küllalt sarnased, paberleht on peamine toode ning võrguväljaanne selle mugandatud variant. Tähtsamad uudislööd ja pildid on

ühed ja samad võrgus ja paberil. Uudiste funktsioon on aga erinev, võrguväljaandes pikeneb uudise eluiga tänu otsingumootorile kaheksa-üheksa aastani (mida aeg edasi, seda kauem), võrreldes paberlehe mõnepäevase elueaga. Online-väljaanne pakub ka palju rohkem interaktiivsust eelkõige kommentaaride näol (Halliki Harro-Loit 2005).

Seega nähtub, et ajalehtede paber- ja võrguväljaannetes on sisu suuresti sama ehk eraldi online-uudiste toodangut kuigivõrd ei ole. Samas esitletakse sedasama sisu paberil ja internetis erinevalt. Huvitaval kombel ei ole ligipääs internetile ning online-väljaannete edukus omavahel seotud. Hispaanias, kus internetile on hea juurdepääs mitte kuigi suurel protsendil elanikkonnast, on samas hästi arenenud võrguväljaanded (Richard van der Wurff 2005).

Meetodid

2.1. Süvaintervjuu

Töö esimeses osas kasutan andmeallikatenä intervjuusid inimestega, kes otseselt või kaudselt väljaannete veebiversioonidesse kommenteerimisvõimaluse tekkimisega kokku puutusid. Kuna internetti ei peetud tollal ega peeta mingil määral praegugi kuigi tõsiseltvõetavaks arhiiviks, siis saab seitsme-kaheksa aasta taguste otsuste kohta infot kõige paremini asjaga seotud inimestelt ning ilmunud ajaleheartiklitest. Intervjuud annavad organisatsiooni muutustest ja nägemustest olulisema pildi. Vaatlen eelkõige toodet ja tooteprotsessi.

Andmete jaoks tegin semistruktureeritud süvaintervjuud väljaannete kommentaariumite ideede autorite ja elluviijatega. Intervjueeritavad olid Lea Larin (Delfi@comment, Mega, EPL Online), Priit Hõbemägi (Mega ja EPL Online), Indrek Ibrus (EPL Online), Taivo Paju, Jaanus Lillenberg ja Tarmo Lamp (Postimees Online) ning Armand Karjatse ja Urmas Talivee (SL Õhtuleht). Indrek Ibrusega on intervjuu tehtud elektronpostitsi, sest Ibrus õpib Londonis.

2.2. Kontentanalüüs

Töö teises osas võrdlen Eesti Päevalehe ja Postimehe paberväljaandeid võrguväljaannetega. Vaatluse all on 15. ja 16. augusti 2007 Eesti Päevaleht ja Postimees ning 14. ja 15. augusti 2007 Eesti Päevaleht Online ning Postimees Online.

Esiteks loendan, kui palju on ajakirjanduslikult toodetud sisu tükke terve väljaande peale kokku, seda nii võrguväljaandes kui paberlehes. Ajakirjanduslik sisu tähendab seda osa sisust, mis luuakse ajakirjandusliku väljaande poolt avalikkuse jaoks. See jaguneb uudisteks, arvamuseks, feature-tüüpi lugudeks ning online-intervjuudeks.

Seejärel teen kontentanalüüsi kahe päeva Eesti Päevalehe ja Postimehe paberväljaannete ning sama päeva online-väljaannete uudistes ning krimiuudiste rubriikides sisalduvate pealkirjade kohta. Kontentanalüüsis jagan uudised pealkirjade järgi kolme kategooriasse:

- 1) täiesti uuel teemal uudised võrguväljaandes
- 2) uudised, mis on ainult paberlehes

3) uudised, mis kattuvad võrguväljaandes ja paberlehes

Kattuvate uudiste puhul vaatlen sedagi, kuidas need võrgus ja paberil erinevad. Kas on fookuse modifikatsioon (uudise rõhuasetust võrreldes online-artikliga on muudetud) või ajaline modifikatsioon (online-uudises sündmus hakkab toimuma, paberlehes juba on toimunud)?

Viimasel kahel aastal on oluliselt oma investeeringuid võrguväljaannetesse suurendanud mõlemad päevalehed ning mõlemas lehes töötavad eraldi online-toimetused. Uurimusküsimus on selgitada välja, kui palju kattub ja kui palju erineb ajakirjanduslik sisu uudistes võrguväljaannetes ja paberlehtedes?

Tulemuste esitlus

3.1. Eesti online väljaannetesse ja portaalidesse

kommenteerimisvõimaluse tekkimine

Eestis alustasid ajalehed kõigepealt paberväljaande peegelduse internetti ülespanemisega. Kõige varem neljast ajalehest, kes interneti-väljaandega valmis sai, oli Eesti Päevaleht, avamise kuupäevaks oli 18.10.1995. Üsna peatselt lisandusid ka Äripäev (06.11.95) ning Postimees (28.11.95).

Online uudiseid ehk spetsiaalselt internetis avaldamiseks mõeldud uudiseid need internetipeegeldused ei sisaldanud. Lisaks paberlehe peegeldusele pakkusid ajalehtede internetikeskkonnad võimalust otsida märksõna järgi varasemaid uudiseid või lugeda varasemaid lehti arhiivist.

Kõige esimesena ajalehtedest ja ühtlasi kogu Eestis tuli online-uudiste ja kommentaarikeskkonnaga välja Äripäev 1999. aasta lõpus (Tähismaa 2003).

Kommenteerimisvõimaluse tekkimine ajalehtede võrguväljaannetesse oli valdavalt seotud online-uudiste tekkega, kuigi sealgi oli erandeid, nagu näiteks SL Õhtulehe puhul.

3.1.1. Postimees Online

Ajalehe Postimees veebipeegeldus sai internetti üles 1995. aasta lõpus. Juba 1996. aastast hakkasid veebiväljaande eestvedajad (mis tollal seisnes küll peamiselt Postimehe keskkonna tõrgeteta püstihooldmises) tasapisi kõnelema, et Postimees võiks teha online-uudiseid. Põhiline asjaajaja oli tollane online-toimetuse juhataja Jaanus Lillenberg, kelle peast pärineb ka Postimees Online'i kontseptsioon ning põhiidee.

Aga minu eesmärk ei olnud mitte uut mootorit teha – ega ma polnud mingi tehnofriik -, vaid et saaks hakata online-uudiseid tegema. Ja mina peksin seda juba 1996ndast aastast peale, aga alguses me olime Tartus...

(Lillenberg 2007)

Online-uudiste idee küpses vaikselt edasi ning online'i tegijad Lillenberg, veebimeister Tarmo Lamp ning Kristina Jantson olid online-uudise propageerijad. Paraku ei peetud tollal paberlehes online-uudist oluliseks ning põhiline takistus oli juhtkonna tasandil raha, väga raske oli majanduslikult põhjendada, miks see kõik kasulik on. Juhtkond nägi, et võib isegi tulla juurde lugejaid, aga kuidas seda kõike rahaks teha? (Lamp 2007)

Muutus tuli 1999. aastal.

1999nda aasta alguses oli veel see, et mis on Postimees online-väljaande nagu mõte. Vastuseid oli kaks: see on prestiiži pärast; teiseks - oma olemuselt on ta paberväljaande peegel. See nagu defineeris tegelikult selle ruumi, kus me mängisime.

(Lillenberg 2007)

1999. aastal müüs Jaanus Lillenberg isiklikult Postimehe veebikeskkonda esimesed online-reklaamid ning Tarmo Lambi andmetel aastal 1999, Lillenbergi mäletamist mööda 2000. aasta kevadel hakati üles panema esimesi online-uudiseid. Lepiti kokku, et paberlehe toimetajad Rasmus Kagge, Aarne Sepper ja veel üks ajakirjanik (kelle nimi kahjuks ei meenunudki) hakkavad päevas kolm-neli lugu üles panema, mida nad ka tegid. Uudistevoog ei olnud küll ühtlane, kuid päris staatiline veebiversioon enam polnud. Tehniliselt ei olnud tollal kommentaariumi lisamine veel võimalik. Online uudiste jaoks lisati vana veebimootori külge uus programmitükk, mis võimaldas küll uudiseid lisada, kuid kommenteerimist mitte.

See oli siuke vana mootor, põhimõtteliselt oli see allveelaev, millel oli kaks tõukeratas, traadiga pandud, et sellega lükkas edasi ennast./-----/ Aga me nägime, et nii valulik on tõukeratastega allveelaeva edasi lükata. Siis me hakkasime seda oma mootorit ehitama.

(Lillenberg 2007)

2000. aastal peeti toimetuses palju ajurünnakuid, kus osalesid inimesed reklaamitoimetusest ja paberlehest. Online-toimetus pidi käivituma võimsalt ning hakkama reklaamiraha teenima. Kuni selle ajani oli Postimehe veebiväljanne lehe endi veebimeistrite tehtud, koodidest kujunduseni oli kõik Lillenbergi, Jantsoni ja Lambi töö.

Uue veebi jaoks telliti esmakordselt väljast firmalt uus veebimootor ning uus online pidi käivituma juunis. Asi hakkas venima, juunis lahkus toimetusest Jaanus Lillenberg ning 14. septembril 2000. aastal alustas lõpuks täiesti uuenenud ning kommenteerimisvõimalust pakkuv Postimees Online. Selle puhul ilmus Postimehe paberlehes teisel leheküljel terve lehekülje suurune uue online'i tutvustus. Oma tervituskõnes kirjutas uus online toimetuse juhataja Taivo Paju, et Postimehe veebiväljaanne püüab saada uudisteportaaliks number üks, kuid võistlema ei hakata mitte Delfi ega Everydayga, vaid Megaga.

Kuid kohe algasid ka probleemid. Uus veebikeskkond ei pidanud koormusele vastu, sest suutis samaaegselt vastu võtta liiga vähe inimesi ning kriitilise massi tekkides jooksis täiesti kokku. Taivo Paju mäletamist mööda võis lehekülg isegi nädalajagu maas olla.

Aga odavat ja head korraga ei saa, saab ainult odava.

(Lillenberg 2007)

Soodsa hinnaga saadud veebimootori ehitas jõulisemaks juba teine firma.

Uue online'i uudiseid püüti esialgu tegema saada paberlehe inimesi. Plaan oli selline, et paberlehe ajakirjanik töötab aeg-ajalt online's valvetoimetajana, käib niiöelda külakorda, et mingil päeval on ta hommikust õhtuni *online*'i toimetaja. Taivo Paju meenutab oma nägemust, mille kohaselt kõik paberlehe tegijad ka kirjutanuks *online*'le. Esialgu püüti hakkama saada juba olemasoleva toimetuse jõududega, kuid paraku see süsteem ei töötanud, sest tekkis huvide konflikt.

Põhjus hästi lihtne – kes oli ikkagi paberlehe palgal, tema fookus oli paberlehel, ta püüdis uudist hoida paberlehe jaoks ja oli ka see, et ta tõstis midagi onlaini ära, aga siis ta katsus oma lugu paberlehe jaoks edasi teha.

(Paju 2007)

Niisiis loodi uus kolmeliikmeline online-toimetuse, kuhu lisaks juhataja Pajule kuulusid Kristiina Kirsipuu ning veel keegi, kelle nime ei suutnudki meenutada. Online toimetuse ülesandeks oli katta päeval toimuvad sündmused ning kui midagi suurt toimus nädalavahetusel, siis ka nädalavahetused. Paju sõnul oli eesmärgiks toota „võimalikult palju kihvte uudiseid”.

Kommentaariid

Kommentaariid ei olnud esialgu Postimees Online’is tähtsal kohal. Olulisem oli saada uudistevoog stabiilseks ning päevased sündmused kaetud. Kommenteerida said registreeritud kasutajad ning neid tuli mõne üksiku artikli juurde ning paar-kolm tükki.

Kommentaariid olid noh... see oli selles mõttes kohutav hüpe: keskkonnast, kus ei saanud midagi kommenteerida, keskkonda, kus sai ükskõik millise artikli alla midagi kirjutada. Kvalitatiivne hüpe selles mõttes. Ja kas sa kirjutasid või ei kirjutanud, see oli igaihe oma asi. Ja sa pidid registreerima, et seda teha. Registreerimist ka väga paljud ei tahtnud ette võtta. See on see, et on olemas lugeja tagasiside, on võimalik, saab teha, probleemi pole. Ei olnud defineeritud eraldi vajadust, et meil peab nüüd olema kümme kommentaari iga loo juures.

(Lillenberg 2007)

Tarmo Lamp nendib, et üks Postimees Online’i eeskujudest lisaks Norra emafirma Schibstedi väljaannetele Aftenposten ja VG olid kodumaised uudisportaalid. Delfi edu näitas, et inimestele läheb kommenteerimine korda. Postimees oli samas laines Luige algatusega, mis nägi kommentaariumi kui arvamusteplatsi, kus saab vahetada mõtteid ühiskonnas oluliste teemade üle.

Meil kommentaaride arvust ei olnud juttu, lootsime, et see läheb käima. Et see on nagu see asi, mis võiks... kui online-uudiste tootmine oli lapsekingades sel hetkel, suhteliselt väike oli produktiivsus, siis see [kommentaarium] oli kindlasti üks koht, millega lisati lehekeskkonnale lisaväärtust. See ei olnud enam lihtsalt Postimehe arhiiv, vaid midagi

muud, et lugeja tuli sinna ja siis oli selgelt üks asi, mis oli teistmoodi, ja mida paberlehes pole kunagi võimalik teha ega tekitada.

Tarmo Lamp nendib tagantjärele, et tollal sai tehtud palju vigu. Küll kasutajate registreerimisega, küll väljaande tasuliseks muutmisega ajal, mis oli kõige magusam online'de lugemise aeg ehk hommikul kell 8-12. Sellega peletati hulk kommenteerijaid minema. Lambi hinnangul sai Postimees alles paari aasta eest lahti mainest, et Postimehe võrguväljaandel on kommentaarikeskkond "nii raske ja tüütu, et inimesed ei hakka [kommenteerimist] proovimagi". Ehk siis lugemas käidi, aga kommentaarid jäeti kirjutamata.

3.1.2. Eesti Päevaleht Online

Eesti Päevaleht Online sai elu sisse peatoimetaja Hanno Tombergi ajal 2000. aasta suvel. Tollal online-toimetust juhatama palgatud Indrek Ibruse sõnul oli Eesti Päevalehes samal ajal selline seis, et kahjum oli kõva ning suhteliselt värskest ametisse saanud peatoimetaja Hanno Tomberg sunniti suurt koondamislainet läbi viima.

„Päid lendas - suur osa kultuuritoimetusest sai kinga jne jne.”

Ibrus 2007

Ometi loodi kõige selle kõrval siiski hoogsalt online-toimetust (samal ajal, nagu teada, valmistuti online-revolutsiooniks ka Postimehes). Asja läbiviijad olid tollal Hanno Tomberg ja Kristjan Otsmann, kes oli kogu online-innovatsiooni Päevalehes vedama pandud (Otsmann osteti küll peatselt Postimehe poolt üle). Online-toimetuse juhatajaks palgati Indrek Ibrus ning kaks reporterit, Tallinna uudiste reporter Piret Peensoo ning krimireporter Arvi Tapver. Näiteks Peensoost sai online-toimetuse reporter nii, et anti valida, kas lahkuda lehest ehk lasta end koondada, või asuda online-toimetusse tööle.

„Ning sisuliselt hakkasimegi me kohe esimesest päevast peale jõudumööda värskaid uudiseid vehkima.”

Ibrus 2007

Eesmärk oli tollal teha palju originaaluudiseid. Ibrus ise peamiselt toimetas ning tegi päevas võibolla ühe-kaks telefonikõnet ning vastavalt sellele siis paar uudisnuppu. Seda enam töötasid reporterid, Ibruse väljendit kasutades „olid palehigis rakkes”, et originaaluudiseid ehk mitte pressiteadete põhiseid uudislugusid toota.

Ibruse eesmärk toimetuse juhatajana oli tunnis vähemalt kaks online-uudist üles saada. Päeva jooksul võis toimetaja võtta kolm uudist BNS-ist ning mõned veel pressiteadetest vormistada. Seega kõik ülejäänu oli originaaluudistel põhinev puhas reporteritöö.

„Mäletan, et headel päevadel sai üles 30 uudist, siis järelkult oli ka originaal-uudiseid ikka päris kõvasti. Ma pakuks, et keskmisel päeval oma 10-15. Aga see muidugi kõikus päris kõvasti.”

Ibrus 2007

Uudiste arv sõltus sellestki, kui reporter terve päeva näiteks ühe uudisloo jahtimisele kulutas, mis ühest küljest tähendas küll ajalehe mõttes kvaliteetset uudist, kuid online-maailmas oli olulisem kvantiteet.

Sarnaselt Postimehega oli Ibrusel ülesanne saada kaastöid paberlehe ajakirjanikelt. Ühest küljest ei olnud Päevalehe majanduslik olukord kiita, teisalt tuli panustada online-keskkonna arendusse. Ibruse hinnangul oli juhtkonna tasandil võrguväljaanne sõnades küll oluline, kuid kuna ainuke raha sissetooja oli paberleht, oli prioriteet paratamatult seal. Väljapääs – saada paberlehe ajakirjanikud oma infokillukesi online-ga jagama.

Näiteks sedamoodi, et kui ajakirjanik kuuleb midagi huvitavat pressikonverentsil, annab ta sellest online’le teada, või vähemasti informeerib faktidest. Samuti pidanuks järgmise päeva lehte minevatest artiklitest väike kokkuvõttev nupuke võrguväljaandesse tekkima. Ibruse sõnul see praktikas ei töötanud, kuigi takistuseks see ei saanud.

„Ma aga siiski konstantselt kottisin ka põhitoimetust ning mingi osa uudistest tuli siiski online’i tollal ka sedakaudu.”

Ibrus 2007

Huvitav tõik on seegi, et kuna Eesti Päevaleht kuulus portaali Megaga samasse kontserni, jagati ühiselt veebis ka uudiseid. Päevalehe online-toimetuse taga oli leping, et pool toimetuse töötajate palgarahast tuleb Megalt. Vastutasuks toodab EPL Online uudiseid, mida portaali saab piiramatult ja tasuta kasutada. Lõpptulemusena oli Ibruse sõnul olukord selline, kus EPL Online oligi Mega originaaluudiste tootja ning sealsed toimetajad tegelesid sissetuleva materjali toimetamisega, tõlgiti ning tehti online-intervjuusid. Indrek Ibrus töötas EPL Online'i juhina aasta aega ehk lahkus 2001. aastal.

2001. aastal suleti portaal Mega ning septembris liideti see, mis Megast alles oli jäänud, Eesti Päevalehega. Sündis täiesti uus Eesti Päevaleht Online. Üle tulid sulgemise ajal portaalil töötanud toimetajad Askur Alas, Erki Varma, Marge Varma (tollal Püvi), Sten Hankewitz ja Toomas Kümmel, samuti Mega peatoimetaja Lea Larin, kellest sai nüüd EPL Online'i peatoimetaja. Üleminek toimus nii sujuvalt, et töötajate töölepingudki ei katkenud. Uued toimetuse liikmed ehitasid üles EPL Online'i uue kujunduse, uue struktuuri ning osaliselt ka uue sisu. Larini sõnul oli Eesti Päevaleht Online 2001. aastal loetuim leht internetis. Seda tänu sellele, et Eesti Päevaleht Online'i arendamisse panustati kõvasti ressursse ning Mega toimetajad olid kaasa toonud internetis tegutsemise oskusteabe.

Kommentaarid

Kommenteerimisvõimalus tekkis Eesti Päevalehe võrguväljaandes samaaegselt online-uudistega ehk 2000. aasta viimases neljandikus. Kui palju neid oli või kas ja kes võrguväljaande töötajatest nendega tegeles, ei suutnud Indrek Ibrus meenutada. Tema sõnul oli see niivõrd vähetähtis sel hetkel. Kommenteerimisvõimalus oli, aga seda ei peetud üldse oluliseks.

3.1.3. (SL) Õhtuleht

Õhtulehe veebiversioon sai kommenteerimisvõimaluse 2000. aasta kevadel, mõned kuud enne Sõnumilehe ja Õhtulehe ühinemist SL Õhtuleheks. Erinevalt Postimehe ja Eesti

Päevalehe veebiväljaannetest ei tehtud Õhtulehte eraldi online-uudistega sisu, tuli ainult kommenteerimisvõimalus.

[Õhtulehte tekitati kommenteerimisvõimalus] selleks, et saada sellist isetekkelist sisu juurde. Et inimesed loeksid seda sisu, et meil oleks lihtsam ja et saaksime kasutajaid juurde, kokkuvõte oleks selline.

(Karjatse 2007)

Õhtulehe kommentaarium läks hooga käima. Paberlehe artiklite juurde tekkis palju kommentaare, veebimeister Armand Karjatse sõnutsi oli tollal kommentaare rohkem kui praegu. Võrreldes praegusega tuli ka rohkem kommentaare kustutada, kommentaaride läbilugemine ja vajadusel kustutamine oli ainuisikuliselt Karjatse ülesanne. Kahjuks ei ole säilinud internetis Õhtulehe tollast arhiivi, et ei näe, mis artikleid ja kuidas kommenteeriti.

SL Õhtulehe võrguväljaanne koos eraldi toimetusega käivitati alles 2006. aasta novembris ehk ligi kuus aastat pärast teiste suurte päevalehtede online-keskkondade algust. Kuni selle ajani oli veebis üleval peamiselt paberlehe peegeldus, mida lugejad siiski aktiivselt külastasid ning artikleid usinalt kommenteerisid.

3.2. Uudisportaalid

Uue sisulise kvaliteedi interaktiivsuses tõid turule 1999. aastal rajatud portaalid Mega (Ekspress Grupp) ning Delfi (tollal Microlinki omanduses).

Mega avati septembris 1999. aastal kui uudisportaal, kuhu koondusid Ekspress Grupi väljaannete – Õhtuleht (hilisem SL Õhtuleht), Eesti Päevaleht jne - uudised.

Portaal Delfi avati 1999. aasta novembris, kuid esialgu ei olnud seal kommentaariumit, see tekkis mõned kuud hiljem. Delfi ise oli sama aasta algusepoolel Microlinki loodud uudisportali Online.ee õigusjärglane.

3.2.1. Delfi

Delfi portaali omanik oli arvutifirma Microlink, mistõttu oli Delfil oma levimise kanal, mis kindlasti palju kasutajaid tõi. Nimelt installeeriti Delfi iga uue Microlinki arvuti avaleheks. Delfi polnud lihtsalt uudisportaal, seal olid alamteemad ja hobirubriigid, Delfis oli palju tegemist. Delfi sai hea stardipositsiooni, mille omanikud oskasid müügituluks realiseerida (Larin 2007). Tänu tollastele nutikalt tehtud otsusele töötab Delfi siiani nagu suur rahamasin.

Kuulsa Delfi kommentaariumi idee autor oli Ekspress Grupi üks omanikke Hans H Luik, kelle peas hakkas 1999. aasta lõpus idanema mõte teha veebis online-ajakirjandust, mis looks avaliku debatiplatsiga lisaväärtust. Miks Luik Ekspress Grupi omanduses oleva Mega portaali asemel tollal Microlinki omanduses oleva Delfi juurde läks, see pole päris selge. Peeter Raidla põhjendab Luigest kirjutatud raamatus, et Ekspress Grupi direktori Gunnar Kobini ja Luige vaated *online*-ajakirjandusele läksid lahku ning kärsitu Luik läks sõber Allan Martinsoni juurde oma nägemust teostama (Raidla 2002), hoolimata sellest, et Mega portaal sellel ajal juba eksisteeris.

Luige otsus kommentaariumikeskus teha ei tulnud siiski uisa-päisa. Nagu alati, konsulteeris Luik enne oma sõprade ja nõuandjate ringiga, kelle hulgas oli näiteks Margus Järv, samuti Lea Larin. 1999. aasta lõpus sündinud mõte teostus juba 2000. aasta veebruaris, kui Delfi@comment tööle hakkas.

Tal [Hans H Luigel] on selline kaasvõitlejate ringi, mõnikord võibolla mõnevõrra kunstlikult üleval hoitud, aga tal on alati see nõustajate ring olnud ja osalt ka nende baasilt see kommentaarikeskus siis ka tekkis.

(Larin 2007)

Et mõttest teostuseni võrdlemisi vähe aega läks, sellel oli oma osa kindlasti ressursil, mida Luigel oli võimalik kommentaariumi käivitamisse investeerida. Täpsuse huvides tuleb märkida, et Delfi kui uudisportaal töötas sel hetkel kenasti. Larini sõnul oli üks vaidlusteemasid kommentaariumi alustamisel see, kus peaks Comment avalehel

asetsema. Kas peaks asuma see kõige üleval või peaks sinna kohale veel üks uudis mahtuma. Larini mäletamist mööda olid Commenti lugude pealkirjad esialgu ühes reas uudiste pealkirjadega ehk sugugi mitte nii eristatud kui praegu. Olgu ära öeldud seegi, et Delfi uudistetoimetuse ja Delfi@comment olid kaks erinevat asja. Comment askeldas omaette, Delfi peatoimetaja ei olnud ühtlasi kommentaariumi juht.

Delfi@commentis asus tööle suurärimees Hans H Luik ise, lisaks temale Lea Larin, Margus Järv, Tiina Jõgeda, Allar Tankler, Alari Rammo ja Sven Sapelson. Kogu nimetatud seltskond oli Delfis kas kohe algusest või liituti toimetusega üsna ruttu pärast Delfi käivitumist. Igatahes olid nemad need kirjutajad, kes andsid Delfile kommentaarikeskusele selle näo. Tankler ja Rammo olid seltskonnas noorimad, esimene äsja ülikooli astunud, teine seal veel õppimas. Larini sõnul oli noorte toimetajate palkamine osaliselt taotluslik, kuid nad pidid olema juba meedias mõnda aega tegutsenud, et omaksid suhtevõrgustikku ning arusaama, mida ajakirjandus endast kujutab. Lisaks kirjutajatele askeldas Delfis mõnda aega eesti keele filoloog, Tartu Ülikooli õppejõud Katrin Kern, kes artiklid üle vaatas. Delfi@commentis oli väga oluline, et tekstid oleksid grammatiliselt korrektsed ning ilusas ja huvitavas eesti keeles kirjutatud.

Luik tegi esimesed kuud ka ise väga kõvasti tööd, mis teistele toimetusele liikmetele omal moel heameelt pakkus. Nimelt kattis suurärimehe sekretär ülemuse mugavamaks töötamiseks hommikuti laua – kohvi, mahl, saiakesed, sigaretid – ning sellest said osa ka teised toimetajad.

Kommentaariumi tööpäevad nägid välja aga järgmised: hommikul varavalges, kell 6 või pool seitse peeti koosolekut, kus kõik teemad läbi vaieldi. Teemade juures oli oluline tabada, mis on parajasti „õhus”, millest inimesed räägivad, mis võiks tekitada palju arvamusi.

Arvasime, et kui me kogu seltskonna iga hommik sinna kokku saame ja ise läbi vaidleme, et siis on kohe näha, et need teemad, mis tekitavad debatti, tekitavad debatti ka laiemal pinnal.

(Larin 2007)

Pinnale jäänud huvipakkuvad teemad kirjutati ära lühikesteks arvamusedeks, mille eesmärk Larini sõnul oli intrigeerida ja irriteerida, tuua palju kasutajaid ja kommentaare. Ajakirjanike enda tekstile lisaks võeti kommentaar mõnelt spetsialistilt. Eesmärk ei olnud lihtsalt inimesi arutama ärgitada, et kommentaariumis liiklus suurena hoida. Idee autoril Luigel oli suurem ambitsioon. Luik lootis, et läbi arvamuste vahetuse platsi sünnib uus kvaliteet, et sõna julgevad võtta need intelligentsed inimesed, keda pärismeedia piisavalt polnud kaasanud ega kaasa. Ning et nende inimeste sõnavõtudest sünnib lõpuks uusi ideoloogiaid ja ideid, millest on kasu tervele ühiskonnale, tervele riigile.

Nendest aruteludes võib sündida palju mõtteid, mis võivad meile kõigile oluliseks osutuda.

(Larin 2007)

Delfi@commenti teine ambitsioon oli ajakirjanduslikult väärt materjali hankimine. Larini sõnul oli mõte siis see, et luues inimestele vaba platvorm, kus nad oma mõtteid saavad väljendada, hakkab sinna laekuma niivõrd väärtuslikku informatsiooni, et omab elujõudu ka nõ pärismeedias. Paraku ei hakanud säherdune info kogumise kanal kuigi hästi tööle. Üks erand siiski on. 2000. aastal oli üks suuri lugusid noore tüdruku Heidi Homutovi kadumine. Delfi@commentis pandi üles üleskutse, et kes on midagi näinud või teab asjast, andku infot. Lea Larini mäletamist mööda sai politsei Delfi kommentaariumist vihje valgele kaubikule, mida kadunud tüdrukuga seoses olla nähtud. Kuigi Heidi Homutovi juhtum on siiani lahenduseta (vähemasti pole sellest meedias kirjutatud), oli nn „valge kaubiku saladus” üks tõsisemaid juhtlõngu, mille politsei kommentaariumist sai ning mille uurimise huvides palus kustutada.

Koos päevakajaliste teemadega tekkis Delfi@commentisse üsna ruttu teatavate ajatute teemade kogum: moraal, religioon, filosoofia. Tõlgi oli päevakorras sundüürnike teema: sundüürnikke ei saanud elamispindadelt välja tõsta, samas olid paika pandud üüri piirmäärad. Korterriturul maju ei ehitatud, inimestel ei olnud kusagil elada, samas olid paljud pinnad nõ eliitsed, nendega ei saanud midagi ette võtta. Pole midagi imestada, et

see teema kirgi küttis ning üheks ajatumaks teemaks kujunes, kuivõrd sundüürnike probleem püsis pikka aega üleval.

Kommentaariid

Kui palju kommentaare Delfi@commenti esimestel elupäevadel arvamuslugude juures oli, ei suutnud Lea Larin meenutada. Küll aga oli kindel see, et kommentaarium kiiresti populaarseks sai, isegi väga populaarseks. Hiljemalt juuniks oli käes olukord, kus lugude kommentaaride arvu sai mõõta mitte ainult sadades ja tuhandetes, vaid kohati lausa kümnetes tuhandetes.

See on täiesti uskumatu, et oli nii palju inimesi Eestis, kel oli nii palju aega, ja niisugune ligipääs arvutitele, kes said pühenduda uuele ja põnevale tegevusele, et oma mõtteid vahetada nii tervenisti.

(Larin 2007)

Kommentaariidele mingit eeltsensuuri ei tehtud, kõik postitused läksid otse võrku üles. Küll aga loeti kõik kommentaariid läbi ning vajadusel kustutati. Commenti töötajate päev jaguneski tinglikult kaheks: päeva esimeses pooles kirjutati lugu või lood, teine osa päevast kulus kommentaaride lugemisele ja kustutamisele.

Delfi kommentaarium, millest tekkis keelekasutusse termin „peldikusein”, ei olnud siiski kohe alguses selline. Siiski tekkis see inimirühm, kes Lea Larini hinnangul enda kibestumist ja eluga rahulolematust kommentaaridesse välja valas, küllalt ruttu. Märtsis, kui oli traditsiooniline kellakeeramise debatt, võeti toimetuse enda arvamusloole kellakeeramise plussidest ja miinustest juurde kommentaar füsioloogiaprofessor Selma Teesalult. Teesalu seisukoht oli (ja on endiselt), et kellakeeramine on kahjulik, eriti arenevatele organismidele. Niipea kui spetsialisti kommentaar üles läks, ilmus sinna ka esimene kommentaar: ”Pane ennast põlema”. Toimetuse reaktsioon oli jahmatus.

Me nagu tardunult vaatasime seda ekraani, et kuidas saab keegi niimoodi kirjutada. Arvan, et see tardumus kestis kuskil viis minutit, enne kui me selle kommentaari ära

kustutasime. Me nagu ei suutnud reageerida, et see ongi reaalsus, kuidas keegi tuleb ja kirjutab auväärt ja lugupeetud professorile, kõrgemas eas daamile, et pane ennast põlema./---/ Ka selle saatana päästisime pudelist välja, seda ei tulnud kaua oodata.

(Larin 2007)

Jahmatuse põhjustas tõik, et Commenti toimetuse ise uskus oma üritusse väga ning oldi väga entusiastlikud. Larini sõnul ei tekitanud selliste kommentaaride sünd siiski üldist pettumust ega tunnet, et ollakse läbi kukkunud, sest hoolimata tõrvatilkadest meepotis sündis suur aktiivne kommuun. Oli näha, et inimestel oli vajadus säärase mõttevahetuse järele ning soov nii ajatutel kui ka päevapoliitilistel teemadel kaasa rääkida. Ajapikku hakati mõningaid päevapoliitilisi teemasid vältima, sest toimetusele tundus, et kommentaariumis läksid omavahel vaidlema erinevate parteide esindajad, ja vaidlus kujunes väga teravaks. See, kuidas poliitilised parteid kommentaariumeid oma sõnumite edastamiseks kasutavad, on juba omaette iseseisva uurimustöö teema.

Uus žanr

Delfi@comment osutus uuenduslikuks ka selles mõttes, et seal tehti esimest korda mingist sündmusest reaajas reportaaž, nõ *live*-ülekanne. Tõllal ei pakkunud ükski uudisteportaali või –agentuur säärast võimalust.

Kui oli mingi sündmus, millest ei olnud kohe võimalik pilti saada või kohe informatsiooni saada, siis me hakkasimegi seda lihtsalt niimoodi kirjutades ja jooksvalt avaldades sündmuse üle kandma. See oli füüsiliselt suhteliselt kurnav, aga väga tänuväärne.

(Larin 2007)

Esimese sellise ülekannde, kui seda saab nii nimetada, tegi Larini mäletamist mööda Allar Tankler kusagilt kontserdilt. Lugejad võtsid sellise žanri väga soojalt vastu.

Suhtlus kommentaatoritega

Nagu juba öeldud, oli Delfi@commentis kohati isegi kuni kümneid tuhandeid kommentaare ning oma väljakujunenud kommentaatorite kommuun. Kellelgi toimetusest tuli mõte teha kommentaatoritele pidu, mis on siiaaani ainuke taoline toimunud üritus. Pidu otsustati korraldada juunis Pirita rannas päikeseloojangul, et mitte segada rannas päevitavaid ja ujuvaid inimesi. Toimetus hankis söögi- ja joogipoolist ning maskid. Maskid seepärast, et kommentaatorid olid anonüümsed, või nagu Lea Larin ütleb, kommentaarium pakkus võimalust omale üks või mitu *alter ego* luua, kelle nimel erinevatel teemadel erinevaid seisukohti väljendada. Kohaletulnud tuhanded inimesed olid üllatuseks toimetajale endilegi, maha peeti nii kirglikke vaidlusi kui ka kõnesid.

Seal nägid toimetajad esmakordselt oma lugejaid ning Lea Larini sõnul oli vähemalt tema jaoks hämmastav, et nii mõnigi oli kolmekümnendates ja mõni ka neljakümnendates eluaastates ehk vanem kui Delfi toimetajad, kohati isegi kuni kaks korda vanem. Sellest hoolimata kujunesid toimetajate ja kommentaatorite vahel välja justkui lapse ja vanema suhted. Kommentaatorid proovisid järjekindlalt piire, mida toimetajad neile ette seadsid, ning tahtsid, et Delfi ajakirjanikud nende omavahelisi tülisid lahendaksid. Larini sõnul oli see kõik küllalt väsitav. Toimetajate nimed, näod ja kontaktid olid Delfis üleval ning kommentaatorid kasutasid võimalust nendega suhelda meilitsi, isiklikult tagasidet andes või midagi kommenteerides. Larini hinnangul võis olla teisel tasandil suhtlemine põhjuseks, miks kommentaatorid hakkasid toimetajatelt ootama rohkemat kui pelgalt ajakirjandusliku materjali etteandmist.

Delfi kommentaatorite peost sai alguse kommentaatorite endi tihedam läbikäimine. Larini sõnul tehti kommentaariumis mõnda aega looritatud vihjeid mingisugusele kohale, kus omavahel nõ kohtuti. Nagu selgus, oli tegemist vana, üldsegi mitte mingil kuumal teemal või ülimenuka artikliga, kus kommentaatorid omavahel suhtlemas käisid ning kuhu ajapikku 40 000 kommentaari oli tekkinud. Lea Larini hinnangul võib Delfi kommentaatorite „klubi” siiaaani eksisteerida.

Delfi fenomen oli niivõrd ulatuslik, et seda käsitleti lausa meediakonverentsil 2000. aasta juunis. Kui Delfi loomisel kõneldi palju „kollektiivsest ajust”, siis nn Delfi-konverentsil läks tollase välisministri Toomas Hendrik Ilvese ettekandest käibele mõiste „peldikusein”. Ilves mõistis Delfi kommentaariumi hukka, nimetades seda „filthy” ehk räpaseks.

Delfi@comment lõpetas oma esialgses koosseisus töötamise 2000. aasta sügisel, olles väga menukalt eksisteerinud vähem kui aasta. Comment jätkas teises koosseisus, senised tegijad kolisid üle portaali Mega, mis kuulus Ekspress Grupile ja Bonnierile. Lahku mindi Microlinkiga tõenäoliselt rahalistel kaalutlustel. Arvata võib, et Luige ja Microlinki vahel oli sõlmitud leping, kus arvutifirma Delfi@commenti eest mingit tasu maksis. Koos Commenti menuga võis tõusta ka Luige küsitav hind.

3.2.2. Mega

Ekspress Grupile ja Bonnierile kuuluv portaal Mega, mis 1999. aasta lõpus loodi, ühendas, nagu juba öeldud, Ekspress Grupile kuuluvaid väljaandeid ja võis nende uudiseid tasuta kasutada. Indrek Ibruse hinnangul olidki põhilised Megas nähtavad uudised näiteks Eesti Päevalehe võrguväljaande tehtud. Armand Karjatse (SL Õhtuleht) sõnul sai vähemalt SL Õhtulehe paberväljaande peegeldus netis endale Mega kommentaarid.

Mega oli suur portaal, seal asusid lisaks uudisosale näiteks internetipoed. Lea Larini sõnul oli ka Megas oma kommentaarikeskus, kuid sugugi mitte nii edukas kui Delfi@comment (mis on seletatav sellegagi, et tegemist oli teise tulijaga). Kes aga seal töötasid ja kas see ikka toimis, seda ei õnnestunud kuigivõrd välja selgitada. Mega tollase peatoimetaja Priit Hõbemäe jutust jääb pigem mulje, et kommentaarikeskust enne ei olnud ja see tekkis koos Delfi@commenti põhituumiku liikumisega Megasse.

Igatahes oli olukord, kus Ekspress Grupil on oma üldhuvi portaal, aga portaali üks omanikke Hans H Luik tegi konkureerivas portaalis väga loetavat kommentaariumit (ja loetavus on internetis kõige tähtsam), Hõbemäe sõnul absurdne.

Ja siis oligi nagu väga pentsik tunne. Ühest küljest peab nagu konkureerima, aga samal ajal inimesed, kes konkureerivad, on nagu omad. See tekitas sellist kimbatust, arusaamatust olukorda.

(Hõbemägi 2007)

Ekspress Grupis ja Bonnieris otsustati, et Delfi@comment tuleb Megasse üle meelitada, maksu mis maksab. Toimusid läbirääkimised, Lea Larini sõnutsi ei olnud need sugugi läbinisti rahulikud. Luigel oli Hõbemäe sõnul selles kõiges suur osa, igatahes 2000. aasta novembris oli Delfi Commentist Megasse Kommentaarikeskust tulnud tegema põhiline osa Commenti toimetajaist. Larini sõnul lahkus inimesi, kuni lõpuks jäid Megasse sealset kommentaarikeskust tegema endistest Delfilastest lisaks Larinile Tiina Jõgeda ja Allar Tankler. Koos tegijatega lahkus Delfi@commentist Megasse ka mingi osa kommenteerijaid, kes oma toimetajaile truuks olid jäänud.

Mega Kommentaarikeskuses jätkus elu samamoodi kui Delfis oli olnud. Ülejäänud portaalist askeldas Kommentaarikeskus eraldi, hommikustel teemakoosolekutel osales ka Mega peatoimetaja Priit Hõbemägi, ühiselt arutleti, millest võiks kirjutada. Sarnaselt Delfiga oli eesmärk kiiresti reageerida, päevakajalisi ja „mis on õhus” teemasid tabada. Hõbemäe sõnul mingit sisulist erinevust Delfi kommentaariumiga polnud.

Mega sulgemine

Portaali arendamisse olid pandud suured summad, jutt käis kümnetest miljonitest kroonidest. Raha ei tahtnud aga sugugi nii kiiresti tagasi tulla, kui Bonnier oli lootnud. 2001. aastal käisid Ekspress Grupi ja Bonnieri vahel suured vaidlused. Rootslased tahtsid portaali sulgeda, eestlased soovitasid veel oodata, et projekt end vähemalt nulli teeniks kui mitte kasumisse. Larini hinnangul võis Bonnieri soov Mega sulgeda tekkida tõigast, et firma üldhuviportaalidel Rootsis ei läinud sugugi hästi.

Oli mis oli, rootslaste tahtmine jäi peale ning kevadel 2001. aastal Mega suleti. Nagu juba Eesti Päevaleht Online'i juures sai märgitud, liideti Mega sama aasta sügisel Eesti

Päevalehega, et ei läheks kaduma esiteks toimetajate internetialane oskusteave. Vähetähtis polnud seegi, et Megasse maetud miljoneid ei saanud lihtsalt korstnasse kirjutada, tollase Päevalehe peatoimetaja, varasema Mega peatoimetaja Priit Hõbemägi hinnangul oluks see „väga mäge lugu”. Seepärast otsiti võimalust, kuidas midagi üle kanda ning Päevalehe kujul see võimalus leiti.

Mis oli kindlasti raha ühest taskust teise tõstmine, aga jättis siiski mulje, et kogu eksperimendist jäi alles mingi käegakatsutav asi, millel oli väärtus. /---/ Ja see, mille Päevaleht üle võttis, oli ju sisuliselt mingisugune programmijupp. Küsi asjatundjate käest, kas see programmijupp ka virtuaalselt kuskil eksisteeris, mina küll ei julge pead anda.

(Hõbemägi 2007)

Programmijupp polnud siiski ainuke, mida Eesti Päevaleht endisest Megast üle võttis. Nagu ülalpool mainitud, tulid Eesti Päevalehe võrguväljaandesse tööle ka Megas sel hetkel töötanud toimetajad eesotsas Mega peatoimetajaks tõusnud Lea Lariniga (Hõbemägi oli selleks ajaks lahkunud Eesti Päevalehe peatoimetaja kohale). Larini hinnangul lõi Mega portaali ümber toimunu mõra Ekspress Grupi ja Bonniereri suhetesse, mis hiljem viis selleni, et Grupp Bonnierilt kõik aktsiad tagasi ostis ning sellega nende koostöö lõpetas.

3.3. Kvaliteetpäevalehtede võrguväljaande ja paberlehe võrdlus

3.3.1. Online-keskkondade areng

Nii Eesti Päevaleht Online kui ka Postimees Online on arenenud sisuliselt uudisportaalideks. Ajalehtede võrguväljaandeid ja paberlehte pole enam mõtet üks ühele võrrelda, sest sisuliselt on tegemist omaette väljaannetega. Postimees Online'i puhul on tegemist lausa omaette ettevõttega, mida seob paber-Postimehega sarnane nimi ning kuuluvus Eesti Meediale. Nagu märgib Van der Wurff, on ajalehtede kirjastajate jaoks ainuke võimalus „kannibalismi” vältida (ehk olukorda, kus online-väljaanne sööb paberlehe kasumit), kui võrguväljaanne ja paberleht on iseseisvad tooted.

Lugeja jaoks ei ole juriidilisel kuuluvusel aga tähtsust ning mõlema lehe puhul loetakse mõlemat versiooni. Eesti Päevalehe puhul on võrguväljaande ja paberlehe loetavust võrrelnud ja uurinud oma bakalaureusetöös Holger Roonemaa (2007).

Nagu juba varem on siin töös mainitud, saab Eesti ajalehtede võrguväljaannete arengu jaotada kolmeks etapiks:

- staatiline paberlehe peegeldus internetis (1995-1999, kui Äripäev alustas esimesena online-uudiste tootmist)
- paberlehe peegeldus koos päeva jooksul lisanduvate uudistega ja kommenteerimisvõimalusega (1999-2005)
- iseseisev väljaanne, mis kannab paberväljaandega küll sama nime ning sinna lähevad ka kõik paberlehe artiklid, kuid on sisult on kasvatud uudisportaaali mõõtmetesse ning pakutakse paberlehega erinevat sisu (alates 2005, kui Postimees hakkas esimesena jõuliselt arendama oma võrguväljaannet)

Eesti Päevalehe ja Postimehe võrguväljaannete kasvu uudisportaalideks aitab kaardistada online-toimetuste töötajate arv. Postimehes on online-toimetuses alates 2005. aasta augustist kasvanud töötajate arv 30-le (sh vastutav väljaandja, turundus- ja

reklaamiinimesed, veebimeistrid; aga mitte programmeerijad), Eesti Päevalehes vastavalt 12-le.

Postimees alustas jõulist kasvu aastal 2005., Eesti Päevaleht 2006. aastal. Nii Postimehe kui ka Eesti Päevalehe võrguväljaannetes pakutakse lisaks online-uudiste rikkalikumale valikule võrreldes paberlehega videoklippe uudistest. Mõlemas võrguväljaandes on lingid blogidele ning fotoreportaažid.

Postimehes on lisaks loodud eraldi leheküljed Tarbija24.ee ja Elu24.ee, millest esimene vastavalt tarbijauudistega ja teine meelelahutusega tegeleb. Mõlemast miniportaalist, kui nii saab nimetada, läheb uudiseid ka paberlehte. Postimees Online's on olemas ka eraldi küsitlusnurk, kus lugejad mingil päevakajalisel teemal arvamust saavad avaldada. Samuti on Postimehes rubriik „Avalik uudisvoog”, kuhu asutused ja eraisikud saavad pressiteateid üles riputada ning mille sisusse toimetused ei puutu.

Eesti Päevaleht Online's on ainult võrguväljaandes olemas rubriik „Lugejalt lugejale”, kus lugejad ilma toimetuse sekkumiseta oma lugusid ja tähelepanekuid saavad üles riputada. Samuti eksisteerivad peamiselt võrgu jaoks rubriigid „Kirev maailm” ja „Muusika”, mis on mõeldud eelkõige online's tegemiseks, kuid millest mõnikord võivad kirjatükid ka suurde lehte jõuda viitega online'le.

3.3.2. Kontentanalüüs: võrguväljaanne versus paberleht

Käesolevas peatükis analüüsin, kui palju erinevad ajalehtede võrguväljaanded oma uudisvalikult järgneva päeva paberväljaannetest. Analüüsi objektideks on 2007. aasta 15. augusti Postimehe ja Eesti Päevalehe võrguväljaanded südaõise seisuga ning 16. augusti Postimehe ja Eesti Päevalehe paberlehed.

Eraldi tuleb märkida, et vaatluse alla võtsin vaid need artiklid, mis ilmusid võrguväljaande Eesti uudiste rubriigis ning krimi- ja liiklusuudistes, kuivõrd needki uudised lähevad enamasti ajalehtede paberväljaannete uudistekülgedele. Valimist jäid

välja artiklid, mis ei olnud uudised, vaid näiteks üleskutse lugejatele oma mälestusi saata või link videole.

Eesti Päevaleht

Eesti Päevalehe võrguväljaandes oli 15. augusti 2007 õhtul kokku 119 pealkirja. Kahjuks ei ole see number kaugeltki ammendav, sest Eesti Päevalehe võrguväljaandes ei saa lugeda kokku rubriikide nagu „Kirev maailm”, „Muusika”, Arkaadia jt mitte-põhilehe ossa kuuluvate rubriikide lugusid, sest arhiivis ei kajastu nende rubriikide lood just selle konkreetse 15. augusti 2007 seisuga, kuigi seegi kuulub toimetuse loodava ajakirjandusliku materjali sisse. Võib arvata, et Eesti Päevalehe võrguväljaande 15. augusti artiklite arv suureneks isegi kuni 100 võrra ehk enam kui 200 nimetuseni. Võrdluseks: sama päeva paberlehes oli ühtekokku 88 artiklit (Eesti Päevaleht, sh karikatuur, + Ärileht, sh Ärilehes olevad firmade teated).

Eesti uudiste, krimi- ning liiklusuudiste rubriigis oli 15. augusti õhtul ühtekokku 31 artikli pealkirjad, mis jagunesid järgnevalt (lisa 7):

- kaheksa sama päeva paberlehe (15. augusti) uudise pealkirja
- 12 teistest meediaväljaannetest refereeritud uudise pealkirja (kaks SL Õhtulehest, kaks Postimehest, kaks artiklit järgmise päeva Eesti Ekspressist, lisaks Reuters, Tartu Postimees, Oma Saar, Sakala ning Meie Maa)
- üks üleskutse lugejaile (jagada oma mälestusi 1941. aasta sündmustest)
- 9 täiesti uuel teemal uudise pealkirja

Võrguväljaande artiklitest trükiti järgmise päeva (16. augusti) Eesti Päevalehe paberväljaandes ära üheksa artiklit. Artiklitest neli trükiti ära veerulaiuste lühiauudistena, mis tähendab, et need lühendati ning nenditi paberversioonis vaid sündmuse toimumise fakti. Kolme uudist laiendati Eesti Päevalehe „Eesti uudiste” rubriiki. Neist ühel muutus fookus („Matteli mürgised mänguasjad korjatakse ka Eestis müügilt”: võrguväljaandes oli rõhk sellel, et neid mänguasju müüakse ka Eestis, paberlehes on rõhuasetus tõigal, et need Eesti lettidele ära korjatakse ning kui palju korjatakse), teisel aeg ja fookus („Sõbraga kohtumine tõi Ringmaale taas kaasa suhtlemispiirangu”: võrguväljaandes

„kohus otsustas täna”, paberlehes „otsustas eile”; võrgus on rõhk ametnikel ja süüteol, paberlehes Ringmaal), kolmandal fookus („Vabadussõja võidusambana kerkib Ingeri bastionile 28-meetrine rist”: võrgus on rõhk sellel, kes võitis, paberis alustatakse sellest, millal sammas püsti pannakse). Üks artikkel ilmus majandusküljel (muutus fookus) ning üks meediaküljel (sisuliselt ei muutunud midagi, artikkel on üks-ühele veidi lühendatult võrguväljaandest võetud).

Siinkohal tuleb märkida, et nii nagu mõned Eesti Päevalehe online-väljaande eesti uudiste rubriigis olnud uudised ilmusid järgmise päeva paberlehes teistes rubriikides, nii ilmus ka 16. augusti Eesti uudistes vähemalt üks veerulaiune lühiauudis, mis pärines 15. augusti Eesti Päevaleht online'i majandusuudiste rubriigist. Seega tuleb Eesti Päevalehe võrguväljaande ja paberlehe uudiste omavahelise kattuvuse täielikuks analüüsimiseks võtta vaatluse alla terve Eesti Päevaleht Online'i põhirubriigid ning võrrelda neid järgmise päeva Eesti Päevalehe paberväljaandega. Eesti Päevalehe 16. augusti paberlehe 18st eesti uudiste küljel paiknevast artiklist kattus päev varasema online-väljaande eesti uudiste rubriigis sisalduvate uudiste pealkirjadega seitse pealkirja (neli väikest lugu, kolm suuremat).

Postimees

Postimees Online's ja selle küljes oleva portaali Elu24.ee rubriikides oli 15. augusti 2007 õhtul kokku 219 artikli pealkirja (189 Postimehe võrguväljaandes ning 30 Elu24.ee's). Nende hulgas ka lugejakirjad ning järjejutt. Võrdluseks: sama päeva ehk 15. august paberlehes Postimees oli kokku 116 erinevat ajakirjandusliku sisuga tükki, isegi kui need oli kirjutanud toimetuseväline inimene (põhilehes 87 artiklit, Tartu Postimehes 19 artiklit ja lisalehes Kinnisvara 10 artiklit).

Postimehe 15. augusti võrguväljaandes on Eesti uudistes, krimi ning liiklusuudiste rubriigis kokku 34 uudise pealkirjad (lisa 8). Need jagunevad järgmiselt:

- seitse on sama päeva (15. augusti) paberlehe artiklid
- 11 artiklit on refereeritud teistest meediaväljaannetest (kaks Eesti Päevalehest, kaks Vikerraadiost, lisaks Pärnu Postimees, Sakala, Virumaa teataja, Reuters/Moscow Times, Põhjarannik, TV3, BNS)

- üks on Postimehe võrguväljaande lugejaküsitluse kokkuvõte
- 15 artiklit on täiesti uuel teemal

Võrguväljaandest leheveergudele jõudis kaheksa artiklit: seitse uudistesse ning üks majandusuudiste küljele. Lisaks on võrguväljaande uudisterubriigis kaks lugu mürgistest Matteli mänguasjadest, mis Eestis müügilt korjatakse. Nendest kahest loost on välisuudiste küljele tehtud üks suur lugu, vähemasti on teema sama. Seega saab tinglikult öelda, et Postimehe 15. augusti võrguväljaande eesti uudiste rubriigis olnud pealkirjadest jõudis 10 artikli teema üheksa artiklina 16. augusti Postimehe paberväljaandesse.

Paberlehte jõudnud 10 artiklist kolmel toimus aja modifikatsioon, kolmel fookuse modifikatsioon, ühel aja ja fookuse modifikatsioon ning kolm artiklit läksid paberlehte sisuliselt muutmata kujul.

Ka Postimehe puhul tuleb ära märkida see, et toimetuses teevad osakonnad omavahel koostööd selles mõttes, et võrguväljaandes 15. augusti 2007 uudiste rubriigis olnud artikkel ilmus järgmise päeva paberlehes näiteks majandusuudiste küljel. 16. augusti Postimehe paberväljaande eesti uudiste külgedel paiknevast 13st artiklist kattusid päev varasema Postimehe võrguväljaande uudisterubriigis sisaldunud pealkirjadega seitse artiklit. Neist üks lühiuudisena ning kuus pikkade lugudena.

Eesti Päevalehe ja Postimehe 15. augusti 2007 võrguväljaannete eesti uudiste (ja osaliselt majanduse) rubriigis kattusid omavahel kaheksa uudise pealkirjad (sh uudis Ärielu uuest peatoimetajast, mis Eesti Päevalehe võrguväljaandes asus uudisterubriigis, Postimehe võrguväljaandes majandusuudiste rubriigis).

Diskussioon ja järeldused

4.1. Online-väljaannete ajaloost

Nagu märgib oma digitaalse ajaloo käsitluses Scott (2005), alustasid ka Eesti ajalehtede online-väljaanded kiiret arengut internetibuumi lainearjal. 1995. aastal paberlehe peegeldusena üles pandud võrguväljaanded hakkasid 1999.-2000. aastal kiirelt arenema iseseisva ning paberlehest erineva toote poole, sisuliselt uudisportaali poole. Samas olid ajalehtede väljaandjad ettevaatlikud ega tormanud ummisjalu vaimustusega kaasa.

Nagu nähtub Jaanus Lillenbergi intervjuust (2007), läks Postimehe juhtkonna veenamisele võrguväljaande interaktiivsuse arendamise osas sisuliselt aastaid. Päeva jooksul uuenevate uudiste, interaktiivset ning multimeedia võimalusi ärakasutavat võrguväljaannet taheti teha pea kohe, kui online-väljaanne tekkis (1995 tekkis, 1996. aastast ütles Lillenberg selle sooviga ringi käinud olevat).

Üks suuri argumente, mis online-uudiste ja uudisportaali tegemise vastu rääkis, oli küsimus, kuidas selle pealt raha teenida. Scott nendib, et paljud väljaanded ja online-uudiste leheküljed, mis aastatuhande vahetusel loodi, olid küll tegemise mõttes odavamad kui paberväljaanded (isegi ligi poole odavamad), kuid samas ei olnud tarbija valmis internetis olevate uudiste eest maksma, sest pakkumine ületas nõudluse. Kusagil ikka keegi sama uudist tasuta pakkus. Miks siis maksta, kui saab tasuta? Eestis ei olnud meediaväljaanded sellal ka veel tehniliselt valmis pakkuma online-väljannet kõigi tema voorustega (interaktiivsus, vahetus ehk pidev uudiste uuendamine, multimeedia).

Eesti Päevalehe võrguväljaande loomine oli aga selgelt valitseva trendiga kaasaminek, sest 1999.-2000. aastal oli lehe majanduslik olukord halb. Seega oli julge otsus hakata arendama palju ressursse nõudvat online-väljaannet. Nagu märkis intervjuus Indrek Ibrus, selgus, et paberleht on siiski primaarne toode, mis tähendas ressursside jagamisel paberlehe eelistamist. See ühtib ka Van der Wurffi juhtimisel tehtud Euroopa ajalehtede võrguväljaannete uuringu tulemustega, kus näiteks Itaalias on online-väljaande üks eesmärke panna lugejaid paberlehte ostma selmet arendada online-väljaanne iseseisvaks suureks tooteks. Tasuta kättesaadav võrguväljaanne ja paberleht on seepärast erinevad, et esimene teise suhtes uudishimu tekitaks.

Digitaalse ajakirjanduse kasvuvalud elati ka siin läbi. Aastatuhande vahetusel suure hooga alustatud online-väljaandeid püüti panna raha teenima ühel ja teisel moel. Küll olid uudised tasulised, siis tasuta; kord pool päeva tasulised ja alates mingist kellaajast kõigile kättesaadavad. Ühes asjas olid Eesti ajalehtede online-väljaanded võrreldes muu maailma online-väljaannetega sammukese ees ja seda interaktiivsuse arendamise osas. Juba paberlehtede peegeldustena üles pandud võrguväljaannetes sai kasutada otsingumootorit ja artiklite arhiivi, samuti olid võrguväljaannetes üleval ajakirjanike kontaktaadressid, mida näiteks paberlehes ei olnud (Harro-Loit 2005).

Kui hakkas toimuma areng uudisportaalide suunas, lisandus rohkem inimestevahelise interaktiivsuse mõõdet. Online-väljaannete lugejad said artiklite juurde postitada oma kommentaare ning seda võimalust lugejad esialgu väga kasutada ei julgenud. Kommentaaride puhul on Eesti võrguväljaanded aegade jooksul erinevaid lähenemisi katsetanud. Kord on kommenteerimisvõimalus olnud vaid registreeritud kasutajatele, siis jälle vaba ligipääsuga. Protsess käib pidevalt ka praegu.

Iseasi, kas kommentaariumid loodi Engebretseni nõ arvamuste turuplatsi kui demokraatia nurgakivi teooriat silmas pidades. Pigem tehti kommenteerimisvõimalus lähtudes praktilisest kaalutlusest, et kui üldse online-väljaannet arendada, siis teha sinna juba kõik võimalused. Samas ei huvitunud online-väljaannete loojad kuigivõrd kommentaariumis toimuvast. Indrek Ibrus tunnistas intervjuus, et mis Eesti Päevalehe online-väljaande kommentaarides toimus, see talle vähimatki huvi ei pakkunud.

Ühel hetkel said küll ka online-väljaannete tegijad aru, et kommenteerimisvõimaluse pakkumine suurendab inimeste huvi väljaande vastu, mis omakorda tekitab suurema liikluse leheküljel, mis omakorda tähendab reklaamirahade sissevoolu. Eesti on üks väheseid riike, kus reklaamiandjatel ei ole kahtlust online-väljaannete kui heade reklaamikanalite suhtes ning internetireklaami osakaal reklaamiturul on aasta-aastalt tõusnud (Harro-Loit 2005).

Murrang toimus online-uudisportaali Delfi kommentaariumi sünniga. Delfi@comment loodi just selle eesmärgiga, et interigeerida inimesi ja tuua arvamused juurde

võimalikult palju kommentaare. Hans H. Luige eesmärk oli lisaks ellu kutsuda kodanikuajakirjandus ning ärgitama internetis oma mõtteid avaldama helgepäiseid inimesi, kelle mõtted muidu ehk avaldamata jääksid. Siin kehtis Engebretseni teooria, kelle järgi nõ „raskekaallased” ehk vanemad ja haritumad inimesed online-väljaannete juures oma arvamust avaldama ei kipu. Seega ei arenenud kodanikuajakirjandus nii, nagu loodeti, kuigi vähesel määral kommentaariumist lisainfot artiklitele saadi.

Delfi toimetajate modereeritud kommentaarium toimis küll sellise foorumina, nagu on kirjeldanud Schultz. Ajakirjandusliku taustaga toimetajate järelevalve all ning loetava online-väljaande juures olev kommentaarium osutus tunduvalt märgatavamaks kui pelgalt internetis kusagil anonüümses kohas olev debatiplats. Iseasi, kui palju seda potentsiaalset mõjuvõimu kommentaatorid ära kasutada oskasid. Eetiliselt kaheldava väärtusega kommentaaride laviin tõi kaasa selle, et demokraatia nurgakivi asemel sai debatiplatsist „peldikusein”.

Siiski tuleb nõustuda Harro-Loidi prognoosiga, et Eesti ja eestlaste internetilembust arvestades arenevad kodumaised online-väljaanded veel jõudsalt edasi. Juba praegu kasutatakse multimeediavõimalusi ning kaasatakse lugejaid rohkem kui vaid kommentaaride kaudu. Loodud on spetsiaalsed rubriigid lugeja tagasiside jaoks ning lugeja enda artiklite postitamiseks.

4.2. Areng uudisportaalideks

Viimase kahe aasta vältel on kõik kolm suuremat päevalehte – Eesti Päevaleht, Postimees ja SL Õhtuleht – panustanud võrguväljaande arengusse. Eesti Päevalehe ja Postimehe online-väljaannete uudiste, krimi ja liikluse rubriigis asuvate uudiste pealkirjade kontentanalüüsi abil on näha, kas on suurenenud uudiste hulk ajalehtede võrguväljaannetes toonud kaasa ka sisulise mitmekesisuse ning lugejate mitmekülgsema informeerimise.

Eesti Päevalehe ja Postimehe 15. augusti võrguväljaande ja 16. augusti paberlehe artiklite kokkulugemine näitab, et online-väljaandes on ajakirjanduslikult toodetud materjali hulk umbkaudu kaks korda suurem kui paberlehes (EPL 88 artiklit vs ca 200 artiklit, PM 116

artiklit vs 219 artiklit). Uudisportaal aitab mulje tekkimisele kaasa tõik, et ka eelmise päeva uudis on võrguväljaandes üleval kui värske asi (inimesele, kes portaali pidevalt ei loe).

Sinna sisse ei ole arvestatud lugejate saadetud artikleid võrguväljaannetes ega avalikku uudisvoogu, samuti mitte blogide sissekandeid. Küll aga läksid paberlehtede puhul arvesse lugejakirjad ning võrguväljaandes mingi loo juurde postitatud kommentaaridest paberlehes äratrükitud valik. Seega on Eesti Päevalehe ja Postimehe uudisportaaali mõõtu online-väljaannetes lugemist palju rohkem.

Eesti uudiste rubriigis olevate pealkirjade kontentanalüüs aga näitab, et uute teemade osas on valiku mitmekesisus näiline. Eesti Päevalehe 15. augusti 2007 võrguväljaande eesti uudiste rubriigis oli ühtekokku 31 pealkirja, millest vaid üheksa olid täiesti uuel teemal. Seega vaid kolmandik uudistest ei olnud refereeritud teistest väljaannetest ega olnud sama päeva (15. augusti) paberlehe pealkirjad.

Postimehes oli eesti uudiste rubriigis vastavalt 34 pealkirja ning 15 pealkirja olid täiesti uuel teemal. See tähendab, et uute teemade leidmisega on Postimehe võrguväljaandes veidi paremini kui Eesti Päevalehe online-versioonis.

Teine asi on see, kui palju erineb ajalehe võrguväljaanne paberlehest. Eesti Päevalehe 16. augusti 2007 eesti uudiste rubriigis oli ühtekokku 18 pealkirja, millest seitse olid eelmise päeva võrguväljaande eesti uudiste rubriigist pärit: neli väikeste lühiuudistena ning kolm suuremalt. Seega kattuvad Eesti Päevalehe paberväljaande ning online-versiooni eesti uudiste rubriigis olevad pealkirjad vaid 39-protsendiliselt. Võttes arvesse lugude paigutust külgedel, saab öelda, et võrguväljaandest pärit eesti uudised on paigutatud nii, et jääb mulje, et võrguväljaandes olevad eesti uudiste pealkirjad kattuvad paberlehe omadega veelgi vähem. Seega saab öelda 15. ja 16. augusti 2007 võrdluses, et Eesti Päevalehe võrguväljaanne ja paberleht on küllalt iseseisvad tooted, mille sisu kattuvus on väike. Siiski tuleb arvesse võtta, et täieliku ülevaate saamiseks tuleks kõrvutada kõikide rubriigite uudiseid võrguväljaandes ja paberlehes.

Postimehe 16. augusti paberlehes oli eesti uudiste rubriigis ühtekokku 13 uudist, millest seitse pärinesid eelmise päeva võrguväljaandest. Sealjuures üks lühiuudisena ning kuus pikemate lugudena. Seega kattusid võrguväljaande ja paberlehe eesti uudiste rubriigis

olevad pealkirjad 54-protsendiliselt. Siiski saab öelda, et ka Postimehe võrguväljaanne ja paberleht on küllalt iseseisvad tooted, sest teemad kattuvad vaid pisut rohkem kui pooltes eesti uudistes. Ei saa välistada, et Postimehe paberväljaandel juhtus olema nõ paha päev ning eesti uudiste valikult rikkalikum päeval kattuvad ka online-versiooni ja paberlehe uudised omavahel vähem.

Eesti Päevalehes jõudis võrguväljaande eesti uudiste rubriigist järgmise päeva paberlehte kokku üheksa uudist (lisaks eesti uudiste küljel olevale seitsmele pealkirjale läks üks uudis majandusküljele ja üks meediaküljele). Neist modifitseerus võrguväljaande uudise toimetamisel paberlehe külgedele kolmel juhul seitsmest uudise fookus, ühel juhul aeg ja fookus ning viie uudise puhul ei muutunud midagi.

Postimehes jõudis võrguväljaande eesti uudiste rubriigist paberlehte kokku kaheksa artiklit (seitse eesti uudiste külgedele ja üks majandusküljele). Paberlehes modifitseerus uudis võrguväljaandega võrreldes järgnevalt: kolmel juhul modifitseerus aeg, kolmel juhul fookus, ühel juhul aeg ja fookus ning ühel juhul ei muudetud midagi.

Seega saab selle pinnapealse kontentanalüüsi põhjal öelda, et Eesti Päevalehe ja Postimehe võrguväljaanded erinevad paberlehtedest palju, olles sellega küllalt iseseisvad tooted. Samas kirjutab Eesti Päevaleht paberversioonis tähtsal kohal rohkem originaaluudiseid (st uudiseid, mis pole päev varem võrguväljaandes olnud), samas kui Postimehes oli vähemalt uurimisaluse päeva paberlehe eesti uudiste enamus põhiuudiseid päev varasema võrguväljaande toodang. Eesti Päevalehes eelistatakse võrguväljaande uudisel paberlehe jaoks muuta fookust, Postimehes nii aega kui ka fookust.

Rohkem täiesti uuel teemal uudiseid on Postimehe võrguväljaandes, mis on ilmselt loogiline, arvestades seda, et Postimehe eestikeelses online-toimetuses töötab 16 inimest, Eesti Päevalehe online-toimetuses 12 inimest. Lisaks on Postimehes eraldi online-väljaande arendus-ja turundusjuht ning vastutav väljaandja. Siiski on huvitav, et Eesti Päevalehe 31st ning Postimehe 34st 15. augusti võrguväljaande eesti uudiste, krimi ning liiklusuudiste rubriigis olevate uudiste pealkirjadest kattusid kahes lehes kaheksa uudise pealkirjad.

Eesti ajalehtede paber- ja võrguväljannete võrdlemisel ja analüüsimisel on veel arenguruumi. Käesolev töö püüab ära näidata mingisuguseid põhimõttelisi tegutsemisviise kahe lehe käitumises, kuid ammendatate vastuste saamiseks tuleks võtta pikem periood ning püüda analüüsida nii võrguväljaannet kui ka paberlehte terves ulatuses.

Teine variant on uurida edasi interaktiivset osa võrguväljaannete juures, täpsemalt inimestevahelise interaktiivsuse suurenemist ehk kommentaariumeid. Eesti on oma võrguväljaannetes kommenteerimisvõimaluse andmisega Euroopas küllalt unikaalne. Üks alateema kommentaaride uurimise juures oleks kasvõi see, kuidas poliitilised parteid kommentaariumites oma sõnumeid edastavad (muidugimõista mitte ametlikult, vaid nõ tavaliste kasutajatena). Selleks on parteides lausa oma töötajad.

Kokkuvõte

Käesoleva töö eesmärk oli kaardistada Eesti ajalehtede online-väljaannete sünni ja arenemist viimase seitsme aasta jooksul. Esiteks anda ülevaade võrguväljaannete ajaloost, teiseks analüüsida põgusalt, kui suurel määral kahe suure kvaliteetpäevalehe uudisportaaali mõõtu võrguväljaanded uudise valikut mitmekesistavad.

Uurimuse tulemustest selgus, et Eesti käis võrguväljaannete sünni ning arengute osas ülejäänud maailmaga ühte jalga. Mõnes asjas oldi isegi ees, nii näiteks saavad eesti lehtede võrguväljaanded end tunnustada suure inimestevahelise interaktiivsuse olemasolu pärast. Sisulise interaktiivsuse osas (hüperlingid) on veel arenguruumi, samuti multimeedia kasutamise osas, kuid tõenäoliselt arenevad needki. Eestlased on ühena vähestest suutnud internetis reklaamimisega tulu teenida.

Uudisportaaliks kasvanud kvaliteetpäevalehtede võrguväljaanded toodavad päevas ligi kaks korda enam lugusid kui paberlehes. Uudisportaal aitab mulje tekkimisele kaasa tõik, et ka eelmise päeva uudis on võrguväljaandes üleval kui värske asi (inimesele, kes portaali pidevalt ei loe). Samas uusi teemasid ei tule uudistesse nii palju kui võiks, palju on uudiste taaskasutust.

Eesti Päevalehe ja Postimehe paberlehed ja võrguväljaanded on suuremas osas iseseisvad tooted. Kuigi eelmise päeva võrguväljaandest läheb uudiseid ka järgmise päeva paberlehte, panustatakse (eriti Eesti Päevalehes) uudiste põhilugudes uuele, originaalsele materjalile.

Summary

The purpose of this research is to describe how Estonian newspapers' online-editions were launched. Estonian online-journalism grew from mirror-images of newspaper publishers' paper editions in 1995 to full-blown online newsportals.

The second purpose is to analyze if those newsportals are helping to bring more and different news to the reader. Online-newspapers have almost twice as much articles than paper editions but does it ultimately diversify the information readers get?

The research showed that the development of Estonian online-journalism is very similar to the rest of Europe and the world. It could even be said that it is a step or two ahead, considering the level of personal interactivity that online-newspapers and online-newsportals offer. More precisely, it is the possibility to comment on articles and special sections for user feedback in online-editions. There is room for progress in content interactivity and use of multimedia, but no doubt this progress will come sooner or later. Estonia is one of the few countries where online-editions make money with advertising.

Even though newspapers' online editions produce almost twice as much articles as paper editions, the variety of news is not as diversified as it could be. Lots of news are re-used from different media channels.

Online editions and paper edition of newspapers Eesti Päevaleht and Postimees are quite different. It could be said they are mostly separate products and online content does not „cannibalise” offline content (eat away its profit). Paper editions of daily papers consist mostly of new fresh material (especially in Eesti Päevaleht), even though some articles in the paper come from online editions.

Kasutatud kirjandus

Engebretsen, M. (2006). Writing for the Web: An Introduction to Online Journalism. Kaunas (Leedu): Vytauto Didžiojo ülikooli kirjastus

Van der Wurff, R. & S. Paulussen & L. Raycheva & N. Roussou & N.-O. Finnemann & B. Hovgaard Thomasen & H. Harro-Loit & A. Heinonen & T. Kinnunen & T. Steltzer & D. Dimitrakopoulou & E. Siapera & J. O'Sullivan & L. Fortunati & M. Sarrica & A. Balčytienė & R. Marcinkevičienė & P. Pereira Neto & G. Cardoso & R. Salaverría, J. Díaz Noci, X. López & M. B. Palomo & S. Holmberg & M. Gulliksson & C. Sparks & A. Yilmaz. (2005). A Profile of Print and Online Newspapers in Europe. Print and Online Newspapers in Europe. A comparative analysis in 16 countries. R. Van der Wurff & E. Lauf (toim). Amsterdam (Holland): Het Spinhuis Publishers.

Raidla, P. (2002.) Hans H. Luik - päikesepoisist miljonäriks. Tallinn: Äripäeva Kirjastus.

Tähismaa, I. (2003). Online-uudised Eesti ajalehtedes. Käsikirjaline bakalaureusetöö. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool, Tartu.

Schultz, T. (2000). Media, Culture & Society. Sage Publications: Vol 22: 205-221

Deuze, M. (2003). New Media and Society. Sage Publications: Vol 5 (2): 203-230

Scott, B. (2005). A Contemporary History of Digital Journalism. Television & New Media. Sage Publications: Vol 6 no 1: 89-126

Muud allikad

Süvaintervjuud Lea Larini, Priit Hõbemäe, Jaanus Lillenbergi, Tarmo Lambi, Taivo Paju, Armand Karjatse, Urmas Talivee ja Indrek Ibrusega

Ajalehe Eesti Päevalehe uudisküljed 16. august 2007

Eesti Päevaleht online 15. august 2007

http://www.epl.ee/?lk_id=1005&paev=15&kuu=08&aasta=2007

Ajalehe Postimehe uudisküljed 16. august 2007

Postimees online 15. august 2007

<http://www.postimees.ee/150807/sisukord/>

Lisa 1

Intervjuu Postimehe võrguväljaande turundusjuhi Jaanus Lillenbergiga ja esialgse Postimees Online'i toimetuse juhataja Taivo Pajuga

Toimumise aeg: 18. aprill 2007

Küsimused ajaloo kohta: Postimees

1. Miks hakati Postimehe veebis lugejatele kommenteerimise võimalust pakkuma? Ja millal?
2. Kuidas hakkasid asjad vormuma:
 - kuidas meeskonna kokku panite? Kui suur see sai? Kes sinna kuulusid?
 - kellega kontseptsiooni välja töötasite?
 - kaua läks aega, enne kui ideest teostamisküps ettevõtmine sai?
3. Kas oli online-toimetuse paberlehe omast eraldi?
4. Millal Postimehes artikleid veebis kommenteerima sai hakata?
5. Millised nägid välja kommentaariumi toimetuse tööpäevad? Siinkohal pean silmas tööprotsessi kirjeldust:
 - millal tööpäev algas ja lõppes
 - milline nägi välja toimetajate töö
 - kuidas inimesi kommenteerima ahvatleti (kas tehti eraldi sisu veebi jaoks)
 - kui palju oli kommentaare
 - kui palju neid toimetati; kas neid üldse oli vaja toimetada?
6. Mis oli Postimehe online-kommenteerimise mõte, täpsemini öeldes ootused sellele? „Kollektiivne aju” oli üks märksõnu, mida tollal kommenteerimise kohta üldiselt kasutati.
7. Kas ja kuidas tekkinud interaktiivne keskkond neile ootustele vastas?
8. Kui nüüd vaatate Postimehe online-kommentaare, samuti teiste väljaannete (ka Delfi) online-kommentaariumeid, siis kas on aastatega toimunud areng tollal loodetud ja soovitud suunas?

Taivo Paju (TP): Minu mäletamist mööda oli Postimehel staatiline, päeva jooksul artiklid ei muutunud. Äripäevas võis see olla, peaks olema lihtne leida, 1998 näiteks.

Jaanus Lillenberg (JL): Postimees tegi 2000 selle esimest korda kindlasti.

Kus need uuenema hakkasid?

Ei, mitte nagu koguaeg, aga ta tegi ära selle, kus päeva jooksul võis tulla üks uudis näiteks. See ei olnud tehnoloogilisel põhjal.

TP: Kui mina tööle tulin, siis sinul oli see variant olemas, kus päeva jooksul läksid uudised üles, eksole. Siis tuligi see mõte, et ehitada see niisugune portaal, eks. Et päeva jooksul need uudised vahetuks, norralased olid seal... Artjom või Arun, saadeti niiõelda Norra emissar siia, kes siis nagu jälgis seda kõike. Sest Schibsted oli väga huvitatud sellest internetiärist sel ajal. Ja siis eksole hakkasime Postimehesse ka rajama.

Mis tööd sina tegid, kellena sa sinna tööle tulid?

TP: ma olin majandusuudiste toimetaja, juhtisin majandusuudiste toimetust ja siis tuligi see mõte, et ehitada... et teha Postimehe uudised ka selliseks, et nad päeva jooksul vahelduks ja oleks siis nagu oma lehele täiendus. Millal? Äripäeval oli.

Millal see mõte tekkis?

JL: see on nagu talv vaata. Kõigepealt tuleb natuke lund, siis kõik vaatavad aknast välja ja on natuke aega vait. Siis tuleb korra lund maha, siis sulab jälle ära. Ja siis ühel hetkel on see talv käes ja on igal pool valge. Siukste asjadega on samamoodi. Kuskil tekkis mõte, keegi teeb proovi.

Seda kujutan ette, et umbes nii see võiski käia, aga millal see mõte tekkis?

JL: see mõte vä? Mina läksin tehnoloogiafirmasse sellepärast, et nägin, et ühe aasta jooksul seda ei juhtu. Läksin 2000 juuni.

TP: Mega pidi siis ikka hiljem tulema, sest kui Postimehe uus sait tuli, siis läks kõik ju pange.

JL: Mina uue Postimehe disaini tellisin sellelt tüübilt, kes kadus lõpuks kurat teab kuhu. Nii see oli. Aga minu eesmärk ei olnud mitte uut mootorit teha – ega ma polnud mingi tehnofriik -, vaid et saaks hakata online-uudiseid tegema. Ja mina peksin seda juba 1996ndast aastast peale, aga alguses me olime Tartus onju...

TP: aga paberleht ei võtnud vedu sel ajal.

JL: ei võtnud vedu. Ja 2000. aasta alguses oli minu jaoks nagu selge, et seda asja ei juhtu veel lähema aasta jooksul, kõik lubadused olid juba ammu nagu lõhki läinud. Mõtlesin, et kurat, et ei jaksa enam, kolm või neli aastat juba olin iga kuu nagu väheke toksind onju, ja pakkumine oli väga hea, ja mõtlesin, et hea küll, kui ei tee, siis ei tee, teeb kunagi tulevikus. Ja nii juhtuski tegelt, eks ole. Ja siis see mõte, et teha onlain-uudised, see oli tegelikult koguaeg olemas. Aga vaata, küsimus on see, kui ühest mõttest räägivad kolm inimest, kas see siis on mingi levinud idee või ei ole, eks? Kui ühtegi asja ei tehta, kas ta on siis tegelikult midagi enam kui mingi filosoofiline suundumus või mitte? Aus oleks alguseks lugeda ikkagi seda, kui tekkis mingi perioodilisus, kui iga päev pandi üles kasvõi üks lugu. Siis võib öelda, et lund sajab, kuigi väga väga õrnalt.

Mind huvitab eelkõige, millal kommentaarid tulid?

JL: kommentaarid tulidki selle uue mootoriga vaata.

TP: vana mootoriga ei olnud, eks ole? Minu mäletamist mööda tuli ikka Postimehe uus variant ja Mega tulid koos.

JL: ei, Mega oli varem. Mega tuli ennem, ja siis uus Postimehe mootor.

TP: aga võibolla tuli siis Megal täiendatud versioon, sest ma mäletan, et Mega läks ka pange.

JL: Mega läks megapange, koguaeg.

TP: eino ta läks lõpus totaalselt, aga ma mõtlen ka tehniliselt niimoodi, ka nädalaks ajaks kukkus kokku.

JL: ei, Postimees nädalaks ei läinud küll kunagi.

TP: oli oli. Päris esimesel päeval, kui me käima panime uue, siis me panime... tegime selle vea, et me panime, ma ütlen, terve Postimehe teise lehekülje tegime reklaami tutvustust, et vingi mootor, nüüd saab kommenteerida, nüüd saab selle järele vaadata.

JL: siis ma tean. Vana mootor oli minu enda kirjutatud, seal ei olnud seda. Uus tuli 2000. aasta sügisel, septembris.

Mis tööd sina tegid sel ajal?

JL: sel ajal kui kommentaarid tulid? Sel ajal tehnoloogiafirmas töötasin. Postimehes või? Olin online-toimetuse juhataja.

TP: kusjuures hästi kihvt asi oli see, et seesama Postimehe sait, eksle, sai nagu järgmisel talvel, ma arvan, et see oli veebruaris, jagati neid preemiaid ja ta sai Äripäevaga nagu parima saidi preemia. Jah, nii et hea töö oli.

Töö tehti siis põhiliselt ära siis, kui sina seal olid (Jaanus Lillenbergile mõeldud)?

JL: see mõeldi välja ja pandi töösse.

TP: see eeltöö ja kontseptsioon oli sinu tehtud ikka raudselt.

JL: põhimõtteliselt on see, et kui arhitekt sureb ära, aga maja ehitatakse alles kümme aastat hiljem, kas see on siis tema maja või ei ole? Ei tea ju, ehitajad ju ehitasid.

TP: noh, nii ja naa.

JL: ausalt öeldes, ega hiljem seal nagu... ega nende inimeste mõtteviis ei olnud visata üle parda, et Jaanus mõtles kõik välja ja olge teie wait. Teisi ideid tuleb ju ikka juurde ju noh.

TP: oota kuna sa läksid?

JL: juuni 2000.

TP: aga see hakkas septembrist juba käima ju?

JL: jah.

TP: sest mina tuln, ma arvan, 2000. aasta alguses. No siis oligi see mõte, et sisu hakata lükkama. Jaanus lükkas ülesehituse ja kontseptsiooni poolt, minu jaoks oli see tume maa. Jaanus siis haris mind natuke.

Aga räägime sisukontseptsioonist?

JL: see kontsept oli nagu tehniline valmisolek. Ta on nagu selle... see oli selles mõttes nagu reaktiivmootori idee, et teeme reaktiivmootori. Okei, praegu me kütust sisse ei vala, niisama ripub meie sisepõlemismootoriga noole või auto küljes. Aga kui me selle nüüd püsti keeraksime, saaks põhimõtteliselt seda raketina kasutada. Ehk siis tegime nagu tehnilise platvormi, mis võimaldas tegelikult online-uudist toota. Mis lõpuks nii läks, onju.

See oli siis 2000 algus olemas?

JL: see kontsept oli juba 96 olemas.

TP: aga sellal paberlehes keegi ei pidanud seda vajalikuks.

JL: jah. Iga aasta oli nagu järgmise aasta plaanide tegemine, ja 99nda aasta alguses oli veel see, et mis on Postimees online-väljaande nagu mõte. Vastuseid oli kaks: see on prestiiži pärast; teiseks - oma olemuselt on ta paberväljaande peegel. See nagu defineeris tegelikult selle ruumi, kus me mängisime.

Nii, nüüd 2000nda aasta alguses, me leppisime kokku selle, et jah, meil hakkavad panema toimetajad ka online-lugusid üles päeva peale, kolm-neli tükki. Need olid siis järgmised säravad pead: Rasmus Kagge (uus poiss), Aarne Sepper (uus poiss) ja veel üks keegi uus poiss oli.

Nad olid tegelikult paberlehe töötajad?

JL: Jaa, me tegime neile *interface*'i, kus nad said neid lugusid sisse panna. See oli veel enne seda uut mootorit. See oli 2000nda aasta mingi aprill-märts, kus nad tegelikult juba panid midagi üles. See oli siuke vana mootor, põhimõtteliselt oli see allveelaev, millel oli kaks tõukeratas, traadiga pandud, et sellega lükkas edasi ennast. Aga nad tegid seda, midagi seal toimus 2000 aasta kevadel. Aga me nägime, et nii valulik on tõukerastega allveelaeva edasi lükata. Siis me hakkasime seda oma mootorit ehitama. Pool on õige vähemalt.

TP: ja selle 2000 aasta jooksul toimus lugematu arv igasuguseid ajurünnakuid, mingisuguseid nõupidamisi, kuhu tõmmati siis paberlehest mõned inimesed, tõmmati reklaamiosakonna esindajad, kes siis pidid hakkama reklaami müüma sinna internetti. Mina tulin jaanuar.

JL: Postimees müüs oma esimesed online-reklaamid 99ndal aastal. Ma arvan. Kui me Tallinnasse tulime, samal aastal müüsin oma esimesed online-reklaamid, online-väljaandesse. Meil oli tugev koostöö sellise asjaga nagu Meediamaa, mis siis juhtis www.ee-d, see on siuke mees nagu Tanel Talve, kes siis on suur reklaamiguru. Meil oli isegi siuke süsteem, kus me müüsimine nagu risti, kes müüs endale, müüs teisele ka kohe. Ma arvan, et meie võitsime sellest rohkem muidugi, aga neil oli ka hea.

TP: aga ütleme, et siis selle 2000 aasta jooksul siis loksus paika ja sai valmis see kontseptsioon, et mida siis üldse on vaja. Ja siis me tellisime selle ehituse...

JL: neid firmasid enam ei ole, ma arvan. Inspirational.

TP: Vot selline firma nagu Inspiral, tegi meile hästi soodsa hinnaga selle.

JL: aga odavat ja head korraga ei saa, saab ainult odava.

TP: Ja siis läks see käima august või september?

JL: september, ma arvan. See venis nii hirmsasti, ta pidi olema valmis juunis. Kui mina läksin ära, siis ta oli, et kohe on valmis. Läksin niimoodi ära, et teadsin, et kõik on valmis, kõik on korras. Juunis.

TP: Noja siis oligi, ekssole. Nagu ma ütlesin, et suur kriisivärk oli, siis saime need esimesed probleemid lahendatud, kutsuti mingisugused uued päästjad, kes siis midagi programmeerisid ja tegid meid natuke jõulisemaks. Seal oli see, et samaaegselt suutis ta vastu võtta liiga vähe inimesi ja kui sinna tuli kriitiline hulk inimesi, siis ta jooksis kokku lihtsalt. See enam ei töötanud. Kui see lahendatud sai, siis läkski käima. Siis olid... aga vot, ma arvan, et see esimene etapp oli niimoodi, et kommentaatorid pidid registreeritud olema. Ja neid oli vähe, ma arvan.

Neid oli veel 2001 aasta oktoobris vähe, üks-kaks-kolm. Neid oli igal pool vähe.

TP: välja arvatud Delfi, ekssole. Delfi oli nagu omaette nähtus, me ei näinud teda üldse nagu oma konkurendina.

JL: Delfi, Mega, Everyday olid oma nišis, ekssole. Seal olid mitu väljaannet, mis moodustasid oma niši, need olid portaaliid, mitte uudisväljaanded, ekssole.

TP: sest Delfi müüs, palju rohkem müüs välja, ekssole. See oli ikka meelelahutus. Meil oli nagu selgelt Mega oli konkurent ja Äripäev.

Tehniline pool sai korda, aga sisuline? Kas võeti eraldi inimesed tööle?

TP: jah. Mina hakkasin siis seda sisu poolt korraldama ja tegelikult tehti siis 2000 sügis kolmeliikmeline tiim. Mis me olime tahtnud, oli see, et... minu nägemus sel ajal oli see, et kõik paberlehe töötajad kirjutaksid ka nagu onlainile. Ja paberlehe töötajatest siis käis külakorda üks inimene, kes oli sel päeval justnimelt see valvetoimetaja. Et esialgu me püüdsime seda oma inimestega selle ära lahendada. Ja siis kuna see ei töötanud. Põhjus hästi lihtne – kes oli ikkagi paberlehe palgal, tema fookus oli paberlehel, ta püüdis uudist hoida paberlehe jaoks ja oli ka see, et ta tõstis midagi onlaini ära, ekssole, aga siis ta katsus nagu oma lugu paberlehe jaoks edasi teha. Selles mõttes see oli nagu selge huvide konflikt. Ja siis saigi kolmene tiim, kes siis hakkas tootma neid uudiseid. Kristiina Kirsipuu, ..., ja siis ekssole tuli sinna tööle veel Kristjan Otsmann, kel polnudki nagu väga funktsiooni. Sest tema seda toimetajatööd iga päev ei teinud ja pidi nagu edasi hakkama arendama seda portaali. 2000 sügis kui uus mootor tuli, siis ta oli ikka uudisportaal. Ja meie ülesanne oli ka võimalikult palju kihvte uudiseid toota. Meil oli VG sel ajal eeskujuks. See on tabloid vist, käisime vaatamas ka toimetuses, kuidas nad töötasid.

Kui tehnilised probleemid lahenesid, kuidas ta siis tööle hakkas, tuli piisavalt kommentaare jne?

TP: Ei, ta ei olnud sellise kommenteerimise ja suhtluse koht raudselt. Sellena see polnud mõeldudki?

TP: ta oli mõeldud uudisena, jah. Ma ütleks, et kommenteerimine ei olnud tõesti levinud sel ajal.

JL: kommenteerimine ei olnud ka tegelikult fookus, sest fookus oli sel hetkel, et me suudaks pakkuda päeva jooksul... et need sündmused, mis jõuavad ära juhtuda, et neist saaks midagi kirjutada. Niikuinii tehti lehte pikemalt, aga et kiire info on ka edastatud. See on nagu see, et sinna nagu ka keskenduti. Kommentaarid olid noh... see oli selles mõttes kohutav hüpe: keskkonnast, kus ei saanud midagi kommenteerida, keskkonda, kus sai ükskõik millise artikli alla midagi kirjutada. Kvalitatiivne hüpe selles mõttes. Ja kas sa kirjutasid või ei kirjutanud, see oli igauhe oma asi. Ja sa pidid registreerima, et seda teha. Registreerimist ka väga paljud ei tahtnud ette võtta. See on see, et on olemas lugeja tagasiside, on võimalik, saab teha, probleemi pole. Ei olnud defineeritud eraldi vajadust, et meil peab nüüd olema kümme kommentaari iga loo juures.

TP: Ega ma ütlen, et sellel 2000ndal aastal oli paberlehe toimetuses minu meelest ka täiesti... pilt puudus veel. Kuna ta oli nii uus asi, siis pilt puudus: mis on tema funktsioon ikkagi, lõpuks eesmärk eksole. Kuidas ta nagu ikkagi tulevikus paberlehe kõrval peaks jääma. Me keegi seda ei teadnud.

Tegelikult Postimees hakkas kasvama. Me tegime sellise diili Kanal 2-ga, et Kanal 2 ei näidanud päeval saateid, mingisugune aeg oli, mingi tühimik. Aga seal oli vist vaja seda saateaga täita, ja siis nad hakkasid edastama Postimehe uudiseid. Järjest niikui võttis sealt, pealkiri ja tekst ja, sealt meie niiöelda serverist või kuidas seda nimetada. Ja siis nad jooksid seal ekraani peal lihtsalt. Vahel oli õudne tunne, kui näed telekast kirjaviga. Ise me seal ei näinud, siis parandasid ruttu ära, et järgmine kord, kui tõmbas, siis oli juba korras. Samuti tegime me diili Elioniga, Hotis hakkasid samuti jooksuma Postimehe uudised.

JL: Hotis nad jooksid kuni eelmise kevadeni, ja siis sügiseni jooksid seal ETV24 omad millegipärast. Nüüd on jälle Postimehe omad.

TP: Sealt tuli Postimehele siis ka kandepinda, eksole. Minu meelest oli see niimoodi tehtud, et kui sa sinna uudisele Hotis peale klikkisid, siis sa said Postimehe saidile. Kuskilt meil juba nagu nupp nokkis, et rahvas tuleb koju tuua.

Aga kuidas teie töö välja nägi, kas tegite vahetustega või kuidas?

TP: me tegime vahetustega jah. See oli nüüd niimoodi, et kas me tegime seitsmest või kaheksast, igatahes hommikust... ma arvan, et see oli ikka kaheksast. Ütleme nii, et varahommikust hilisõhtuni. Mina olin siis terve päeva tööl, ja meid oli siis kolm... ütleme nii, et ma olin juhataja. Ja kaks toimetajat panid uudiseid vahetustega. Meie ülesanne oli siis uudiseid toota. Nemad võtsid pigem valmistekste, pressiteateid ja niimoodi eksole. Minu ülesanne oli teha seal vahel online-intervjuusid, siinamaani hästi meeles Jaak Joalaga, enne kui... see oli nüüd Tanel Padari Eurovisiooni võit. See oli üks kuu aega ennem, eks. Ta veel ennustas sellele laulule võitu, see oli hästi huvitav. Me rääkisime

sellest täitsa ja ta ütles, et jaajaa, see võib tulla. Ma siis küsisin, et kas me ikka suudame sellise asja ära. „No kuule, miks ei suuda? Eesti mehed tulevad kokku, istuvad maha ja küll nad asja ära teevad”. Ja siis tuligi võit. Ja nii see toimus. See oli veel suht algeline variant, see ei olnud niimoodi, et sa kirjutad ja lugeja kohe näeb, kuidas need read seal sünnivad. Kirjutasin lõigu ära ja siis refreshisin ja siis sai seal lugeda.

See toimub praegu samamoodi.

TP: Jaa, no mulle väga meeldiks see variant. Selline messengeri moodi, kus kohe näed, kui tuleb.

Kristjan Otsmann tuli siis 2000 aasta lõpus?

TP: Kuskil seal jah, tema ülesandeks jäi keskkonna edasiarendus. Sisuliselt sama, mis JL varem tegi.

Kommentaaride vabakslaskmine?

TP: See jäi pärast mind, kusagil 2001 keskel juba.

Selline küsimus veel, et kui te seal kolmekesi tegite, kas oli see töökoormus hästi suur, et kui keegi puhkusele läks, oli seal kohe auk sees? Ja nädalavahetused ja kõik pidite kolmekesi katma?

TP: nädalavahetustel me ei töötanud. See oli niimoodi, et...

JL: see oli sama, kui EPL Online läks vist 2000ndal aastal tervenisti puhkusele, midagi üles ei pannud. See oli see aeg, kui Postimees tegi kõige suurema hüppe, mis ta üldse ajaloos saanud on. Forever tugev loetavus.

TP: See oli küll niimoodi.

JL: mina ei teadnud seda, et me sellest selle tõusu saime. Lihtsalt lugejad on mitu tükki rääkinud.

TP: Ma arvan, et mul ei olnud kodus internetiühendust sel ajal. See oli niimoodi: kui olin Lõuna-Eestis, läksin Tartu toimetusse, kui Tallinnas, siis läksin siia. Kui oli mingi sündmus, kas spordivõistlus või asi, siis ma olin valmis selleks, et nädalavahetustel katsin need asjad ära. Siis oli juba nagu auküsimus, et millisel portaalil on see minut seal, et millal see uudis läheb, kellaeg oli ka, et kellel on see nagu minut varem, et kes on esimene.

JL: ma arvan, et siiamaani tehakse väga palju asju fanatismist, et on siukseid inimesi, kelle jaoks on see eneseteostuse küsimus.

TP: ja igavaks läks siis see copy-pasteri elu. Hommikustest ajalehtedest ülevaade, eksole. Alul oli see väga huvitav, aga päevast päeva, nädalast nädalasse vaadata kõik need läbi, kõik need saidid, kopid-peistid, natuke muudad, eksole. Kellelgi ei olnud seda pilti ka nagu ees, et kui palju sa võtta võid, ja kui palju mitte. Lõpuks kõik võtsid kõigilt.

JL: praegu on see väga täpselt reguleeritud.

TP: me viitasime ikka ka. Kõik olid sarnased, kõik tegid hommikuti lehtede ülevaadet, siis sealt edasi hakkasid tulema. No pressiteated, need tulid läbi BNS-i. Siis Helsingin Sanomate saidilt, noh niimoodi ta hakkas tulema.

Kui ootuste juurde minna, kas siis see, mis lõpuks toimuma hakkas, siis kas see vastas ootustele?

TP: ma arvan küll. Kujunduselt oli ta kihvtim kui Äripäev, seal sai suure pildi panna. Ma mäletan, et pealugu oli seal suurema pildiga ja kaks järgmist väiksema pildiga. Ja kõrval jooksis siis see stream, rida eksole. See oli ikka täitsa kihvt selle aja kohta. See meeldis Norra omadele ka.

Norra emissaridest rääkides, millal tema oli?

JL: norra emissaride funktsioon ei ole kunagi olnud ega hakka ka kunagi olema näpuga näidata, vaid pigem rääkisid nad, mis nad tegid ja mis neil hästi töötanud on. Ja siis vaatame ise edasi, et mis me võtame ja mis me ei võta. Mis on meie meelest lahe ja mis on meie meelest sobimatu, seda on ka hästi palju.

Aga praegune PM online, kas on ka heameel on lapsukese üle?

TP: mul on ikka arvutis niimoodi, et Postimees on see sait, mis ette tuleb, kui sa arvutis internetti lähed.

Kommenteerimise asi, see on ilmselt nüüd tähtsamaks läinud, kuna ka mass on seal suurem?

JL: enamuse selliseid vajadusi ei dikteeri mitte arendajad ega mingisugused toimetajad, vaid seda dikteerib ikkagi lugeja ise. See, et see on nüüd oluline, ei ole nagu meie peades, et alates kella 12st 16. aprillil on see oluline. Sellised otsused sünnivad korralikul ja avatud turul alati tarbija peas ja nende sees. See, et rohkem kommenteerima on hakatud... mina ausõna ei ole mitte ühegi inimese ukse taga kella käinud andmas, et kuule, tule nüüd kirjutada üks kommentaar siia. Need inimesed on ise tulnud. See *interface*, kus kommentaare pannakse, on ikka sama – kast ja all on „saada”. Seal ei ole mitte mingisugust tehnoloogilist muutust toimunud iga aastaga. Toksid sisse, mis sul iganes südamel on, ja saadad minema. See on kõik sama. See on inimeste peades kasvanud, kuna...

TP: ma ei saa ütlema jätta, et haridusministeerium on ametnike arv kasvanud ca kaks korda. Võibolla ma eksin, aga arvan, et suur osa nendest kommenteerijatest on avalikust sektorist. Neid inimesi on kordades rohkem, eksole. Lihtsalt potentsiaalsete kirjutajate hulk on ka suuremaks läinud.

JL: iga turg on alguses hinnavaatlus, algul oli neid üks-kaks tükki onju. Praegu on turg piisavalt täiskasvanud, inimene ei karda enam kirjutada, ta ei karda mingeid tagajärgi.

TP: ta oskab omale varjunime sinna panna, ta on tehnika osas targem.

JL: ütleme nii, et tarbija on teadlik oma võimalustest, et kui ütlen oma arvamuse välja, mind ei lastagi maha.

Lisa 2

Intervjuu Eesti Päevalehe online-toimetuse juhi Indrek Ibrusega

Toimumise aeg: juuni 2007, meilitsi

Millal muutus EPL Online staatilisest paberväljaande peegeldusest omaette uudiskanali, kus päeva jooksul kasvõi üks uudis lisandus? Kas oli see juba enne Mega liitumist?

Tere, eks see sisuliselt saigi alguse koos minu palkamisega ja eraldi online-toimetuse loomisega 2000. aasta augustis. Taustaks: aasta oli siis 2000 ehk küünejagu enne nn tollase nn Interneti-mulli lõhkemist. Eufooriat ja usku oli Internetti kõvasti - sama aasta mais korraldasid Pärnu konverentsid suure online-meedia teemaise konverentsi, kus "kõik olid kohal" jne. Delfi oli asutatud vähem kui aasta tagasi, Megagi oli äsja loodud jne. Samal ajal oli aga Päevalehes selline seis, et kahjum oli kõva ning uus peatoimeaja Hanno Tomberg sunniti kõva koondamislainet läbi viima. Päid lendas - suur osa kultuuritoimetusest sai kinga jne jne. Ometi, kõige selle korval loodi siiski õhinaga online-toimetust. Asja läbi viijad olid tollal just Tomberg ja Kristjan Otsman, kes oli kogu online-innovatsiooni vedama pandud (ta küll osteti peatselt Postimehe poolt üle). Niisiis palgati mind (toimetuse juhatajaks) ning kaks reporerit. Viimastest üks oli küll Piret Peensoo tollasest Tallinna toimetusest (anti vist alida, et kas king või online-toimetus). Ning sisuliselt hakkasimegi me kohe esimesest päevast peale jõudu-mööda värskeid uudiseid vehima.

Enne ent kui edasi seletan tuleb selgitada ka vahekorda tollase Megaga ehk Ekspress Grupi oma portaaliga. Meie online-toimetuse taga oli leping Päevalehe ja Mega vahel, et pool meie palgarahast tuleb Megalt. Ning et meie siis toodame uudiseid, mida Mega saab piiramatult ja tasuta kasutada. Ühesõnaga: tegelt oligi EPL Online Megale originaal-uudiste tootja. Ega Megas ise peaaegu uudiseid ei toodetud - lihtsalt vaikselt toimetati sissetulevaid asju, vist ka tõlgiti väliskanaliitest ning tehti ka nn online-intervjuid. Originaal-uudised tulid neile aga meilt.

Ent kuidas tollal see originaal-uudiste tegemine käis ja millises mahus neid teha jõudsidme. Well, mina ise peaaegjalikult toimetasin. Võibolla ehk võtsin ka päeva jooksul ühe või kaks telefonikõnet sinna või tänna ja vehkisin mõne nupu. Ent seda enam olid mu kaks reporterit

palehigis rakk. Nema põhimõtteliselt tegelesid vaid originaal-uudiste tootmisega. Lisaks sellele mängiti siis Päevalehe sees läbi tollasele ajastule omased konfliktid. Kui ma alguses Päevalehte läksin, siis oli juhatuse tasandil küll jutt, et mõlemad väljundkanalid (online ja paberleht) on nüüd võrselt tähtsad. Praktikas aga muidugi nii ei olnud – paberleht oli tollal see, mis raha sisse tõi ja online oli see mis seda ehk pisut välja või ent tagasi kuigi palju ei toonud (online-reklaami turg oli ikkagi tühine siis). Miks ma sellest räägin - mulle seati alguses ülesanne teha kõvasti koostööd ka kogu ülejäänud Päevalehe toimetusega - et kui keegi miskist uudisest kuuuleb, on pressikal vms – siis tuleks sellele online'ile kas kiiresti napp vehkida või siis põhifaktidest meile teada anda - et me siis ise nupu vehiksime. Samuti

- et kui keegi järgmise päeva lehele lugu kirjutab, siis tuleks selle põhjal väike napp ja ette online'i panna jne. Point on aga selles, et tegelikult ei läinud see printsip muidugi

kunagi kuigi hästi käima. Selle taga oli loomulikult organisatsiooni-kultuurilised põhjused, millesse ma ei viitsi siin kuigi pikalt süveneda. Mina töötasin EPLis täpselt aasta ja selle aasta jooksul ma aga siiski konstantselt kottisin ka põhitoimetust ning mingi osa uudistest tuli siiski online'i tollal ka sedakaudu.

Niiet originaaluudiseid ikka oli - kahe reporteri päevatöö ning nuppe ka ülejäänud toimetuse abiga. Mäletan, et mu eesmärk oli tunnis vähemalt kahe uue uudise üleriputamine. Päeva jooksul võisin võtta kolm uudist BNS'ist ning ülejäänud tuli siis ise toota. Mingi osa sai veel teha päeva jooksul sisse tulnud pressiteadete põhjal. Aga et mäletan, et headel päevadel sai üles 30 uudist, siis järelikult oli ka originaal-uudiseid ikka päris kõvasti. Ma pakuks et keskmisel päeval oma 10-15. Aga see muidugi kõikus päris kõvasti. Vahel üks mu reporter

jahtis päev otsa vaid mingit üht teemat ja sai ühe nupu. Ja see oli justkui nagu halb - mind toimetajana huvitas rohkem kvantiteet - tundus oluline näidata lehekülge aktiivsena, kus konstantselt midagi toimub ja uut ilmub jne.

Mida tahaksin veel osundada - kui Mega riismed EPLi üle tulid, siis olin mina küll juba Oslosse ära lahkunud (hakkasin seal magistrikraadi tegema). Mis ent juhtus, oli et meie kahe reporteriga tiim vist kah kaotati seejärel ning asja võtsid üle vaid need Mega nn "toimetajad". Mis sisuliselt tähendas, et pikaks ajaks jäi see rubriik suhteliselt seisma. Omal neil nõ päris ajakirjaniku kogemusega reportereid ei olnud, kes originaal-uudiseid oleks tootnud ning ilmselt võttis neil ülejäänud Päevalehe toimetusega sõbraks saamine sedavõrd kaua aega, et ka seda ressursi ei osanud nad online-uudiste tootmiseks enam kasutada. Alles nüüd üsna viimasel ajal on EPL online taas intensiivseks uudiseid-tootvaks üksuseks tõusnud.

Kas kommenteerimisvõimalus tekkis koos Megaga või eksisteeris see enne?

Oli enne!

Millal Päevalehte eraldi online-toimetus loodi ning kui suur see oli?

Ma vist juba vastasin sellele - toimetus loodi 2000. aasta augustis ja koosnes kolmest inimesest. Üks toimetaja ja kaks reporterit. Lisaks oli alguses ka Kristjan Otsman kes oli miski selline kõrgema taseme projektijuht.

Kas kommenteerimine oli vaba või registreerimisega?

Täiesti vaba!

Palju kommentaare tuli?

Ei mäleta.

Missugused need olid?

Samuti ei mäleta.

Millised olid menukamad teemad?

Kommenteerimise osas - ei mäleta. Uduselt mäletan naljakaid trende, mis puudutas lugude klikitavust jne. Ma ei ole suurem asi kommenteerimise-teema huviline olnud vist kunagi. Sestap on see värk ka mälust kustunud.

Lisa 3

Armand Karjatse, SL Õhtulehe veebimeister; Urmas Talivee, SL Õhtulehe tehnikameister

Intervjuu toimus 3. mail 2007

Millal SL Õhtulehe onlaineis kommentaarid üldse tulid?

Armand Karjatse (AK): Jah, vat seda just ei mäletagi praegu. Ma vaatasin, aga meie mälu ulatub praegu sinnamaani, et SL Õhtuleht üldse sündis, 3. juunil 2000. Siis olid kommentaarid kindlasti olemas juba, aga nad sündisid paar aastat varem juba. 99 võibolla, siis ei olnudki paar aastat.

Urmas Talivee (UT): ei olnud väga kaua jah, meil tuli see uus kujundus ja siis tulid ka kommentaarid.

Nii et sellal, kui tulid Mega ja Delfi, siis olid teil kommentaarid juba olemas?

UT: me olime ühed esimesed jah. Megaga oli veel see, et vahetasime mingeid kommentaare. Meie omad neil ja nende omad meil ja siis oligi kõigil ühepalju kommentaare.

AK: Delfi oli vist enne meid veel, Mega tuli veel pärast meid. See oli jah huvitav idee, mis natuke aega isegi töötas.

Teie olite sel ajal veebimeister (Armand), miks kommentaarium üldse tehti?

AK: Selleks et saada sellist isetekkelist sisu juurde. Et inimesed loeksid seda sisu, et meil oleks lihtsam ja et saaksime kasutajaid juurde, kokkuvõtte oleks selline.

Ehk siis selle võimalusega, et inimesed saavad oma hääle sekka öelda, tuleks rohkem kasutajaid?

AK: jah.

Kuidas see alguses käima läks?

AK: minu meelest läks ta päris hästi käima ja üsna tormakalt. Esimestel aastatel oligi neid kommentaare tunduvalt rohkem kui neid praegu on. Siis oli suhteliselt vähe kohti, kus sai kommenteerida, võibolla sellepärast.

UT: võib vast öelda, et kommentaaride arv kasutajate kohta oli suurem kui praegu. Võibolla praegusel hetkel on kommentaare nagu arvuliselt rohkem, kuna artikleid on võibolla rohkem näiteks, aga lihtsalt kasutajate kohta oli see arv suurem. Kasutajaid oli ju tunduvalt vähem.

AK: igal artiklil oli tol ajal kommentaare rohkem kui praegu, võibolla sellepärast, et selliseid kohti, kus kommenteerida, ei olnud eriti palju.

Siis oli kõik vaba, kommenteerimine oli vaba, juurdepääs vaba – kõik vaba?

AK: sel ajal oli kõik vaba jah.

Kas eraldi sisu ka selle jaoks toodeti?

AK: meil oli ainult paberleht.

Kas leht pandi üles ja siis oli kõik, rohkem päeva jooksul sellega ei tegeldud?

AK: kommentaare me ikka vaatasime päeva jooksul, sisu me juurde ei tootnud päeva jooksul.

Aga millal sisu juurde tootma hakkasite?

AK: et online-uudiseid? Tegelikult eelmisel aastal alles, 2006. aastal hakkasime meie tootma aktiivsemalt just online'i. Me olime viimased, kas hakkasid online'i reaalajas tootma.

UT: ei no tegelikult, kui me ikka täpsed oleme, siis me online'i hakkasime tootma selle aasta veebruaris, kui meil olid inimesed. Enne seda panime aeg-ajalt mõne teema üles, millele inimesed saaksid kommentaare panna, aga seda juhtus paar korda kuus.

K: ei, tuleta ikka meelde, Triinu töötab meil juba novembrist.

UT: ah õigus jah, muidugi.

Aga kui palju te kommentaaride sisu meenutate tollest ajast, siis oli seal kvaliteet, lisaväärtus?

Armand: no ikka oli, kuigi seda rämpsuga oli ka sel ajal tunduvalt rohkem kui praegu, kustutasime ka palju rohkem kui praegu.

Lisa 4

Lea Larin, Delfi@comment toimetaja, Mega peatoimetaja, EPL Online'i peatoimetaja

Intervjuu tehtud 3. mail 2007

Küsimused ajaloo kohta: Delfi, Mega, EPL Online

1. Kust tuli idee teha veebis ajakirjandust, mis lugejaid kommenteerimise võimalusega kaasaks? Ja millal?
2. Kuidas hakkasid asjad vormuma:
 - kuidas meeskonna kokku panite? Kui suur see sai? Kes sinna kuulusid?
 - kellega kontseptsiooni välja töötasite? Kas oli Delfi@commentil konkreetne välismaine eeskuju?
 - kaua läks aega, enne kui ideest teostamisküps ettevõtmine sai?
3. Miks ei teinud te kommentaariumi Megasse, vaid Delfisse?
4. Millal Delfi@comment avati?
5. Millised nägid välja kommentaariumikeskuse toimetuse tööpäevad? Siinkohal pean silmas tööprotsessi kirjeldust:
 - millal tööpäev algas ja lõppes
 - milline nägi välja toimetajate töö
 - kust teemasid leiti
 - kui palju oli kommentaare
 - kui palju neid toimetati; kas neid üldse oli vaja toimetada?
6. Mis oli Delfi@commenti mõte, täpsemini öeldes ootused sellele? „Kollektiivne aju” oli üks märksõnu, mida tollal kasutati.
7. Kas ja kuidas tekkinud interaktiivne keskkond neile ootustele vastas?
8. Juunis 2000. aastal toimunud meediakonverentsil kõnelesite, et Delfi tahab kommentaatorite anonüümsust vähendada, vist sellest samalt konverentsilt läks käibele ka peldikuseina mõiste. Ometi kommenteerijatele piiranguid ei tehtud – miks?
9. Miks (ja millal) lahkusite Delfist?
10. Mega suleti, sest see läks pankrotti. Septembris 2001 sai sellest EPL Online. Kas EPL Online'i algusaegadest oskate samuti Teie kõneleda või peaksin seda puudutavate küsimustega kellegi teise poole pöörduma? Küsimused pea needsamad mis Delfi puhul:
 - mitu inimest ja kes asusid toimetajatena tööle
 - mis eesmärki EPL Online teenis: kas anti vaid lugejatele võimalus kommenteerida või töötati eraldi sisu kallal, et lugejaid provotseerida?
11. Kui nüüd vaatate Delfi kommentaarikeskust, samuti ajalehtede veebiversioonide kommentaariumeid, ning võrdlete neid Delfi@commentiga, siis kas on seitsme aastaga toimunud areng tollal loodetud ja soovitud suunas?

1999. aasta novembris tuli Delfi, kas kohe siis avati comment ka?

Ei olnud. Comment avati 2000 aasta veebruaris, mäletan seepärast, et mul on veebruaris sünnipäev. Kuupäevi ma küll ei mäleta. Ja siis on veel selline häda, et internet ei täida oma arhiivi funktsiooni. Olen küll korduvalt hiljem otsinud Delfi ja Mega kuulsamaid lugusid, aga võibolla mina lihtsalt ei suuda leida. Ma olen veendunud, et näiteks Mega asju on üldse väga vähe internetis, kogu see süsteem on üldse maha võetud. Keegi seda otseselt üle ei võtnud. aga kusagil peaksid need asjad olema olema, aga isegi tehniline tugi ei suuda neid leida.

Hansul kindlasti tekkis see mõte ja huvi interneti vastu tekkis 1999. aasta lõpus. Nii palju kui mina tean, ta konsulteeris nagu tal kombeks, ta alati küsib hästi paljudelt inimestelt nõu. Siis talitab siiski mingi oma mõtte järele. Ma mäletan, et ta rääkis minuga ka, et teeks internetis lehekülje, et mis ma arvan, mis võiks edukas olla. Siis ta rääkis Margus Järvega, kindlasti rääkis hästi paljude inimestega.

Kindlasti see omas ajas oli suhteliselt unikaalne, sest internetis selleks ajaks olid loomulikult olemas uudisportaalid. Uudiste valik ma arvan, loomulikult olid olemas ajalehtede koduleheküljed, võrguväljaanded Eestis ja välismaal. Aga seda, et mingi uudisportali juures kodanikualgatuse korras kommentaare koguvat näidet mulle ei meenu. Enamasti olid need välismaa portaaleid juures ja on siiani kommenteerimine modereeritud. Ehk siis nagu otse netti läheb suhteliselt vähe asju. Ehk siis Eestis valisime suhteliselt unikaalse tee. Internetis olid loomulikult foorumid olemas, huvialad või teemad. Aga sellist vormi, kus kommentaarid tulid reaalselt, kommentaar kommentaari järel tõstetakse avalikkuse ette, sellist vormi mina nagu ei tea, et see oli suhteliselt hea mõte.

Delfi eksisteeris samal ajal omaette edasi?

Delfi kodulehekülge oli olemas ja nii palju tuleb kiita Allan Martinsoni või keda iganes, et neil oli nutti pöörata oma pilk interneti ning selle vilju maitsevad nad selles mõttes siiani, et (vahepeal arusaamatu tekst) tollal nad tootsid arvuteid ning igale uuele arvutile installeerisid avaleheks Delfi. Osalt selle, osalt uuendusmeelsuse kaudu, et pakkuda inimestele segiläbi uudiseid, pakkuda arvamust, pakkuda erinevaid niši- ja hobiteemalisi alamlehekülgi. Nad said niivõrd hea stardipositsiooni ja realiseerisid selle müügituluna ja siiaamaani toimiva tohutu rahamasinana.

Ideest kuni sünnini läks kõigest kuu?

Mõned kuud jah. See oli suhteliselt kiiresti teostatud, sest kui sul on ressurss, siis see pole eriline probleem. Hans on selles suhtes alati olnud tugev juht, et ta pidanud ja osanud hoida enda ümber inimesi, et ta ei ole üksinda. Tal on selline kaasvõitlejate ringi, mõnikord võibolla mõnevõrra kunstlikult üleval, aga tal on alati see nõustajate ring olnud ja osalt ka nende baasilt see kommentaarikeskus siis ka tekkis. Et olid veel suured vaidlused, et Delfi avalehel, et kuidas see peaks seal paiknema, et kas üleval või panna ikka üks uudis sinna peale. Mul on tunne, et visuaalselt ei olnud ta algul nii eristatud kui ta praegu on nende taustadega. Ta oli nagu lihtsalt ülevalt alla jooksev teiste uudiste pealkirjade seas.

Jah, ja siis ühesõnaga seal alguses olid kindlasti kohe ma mäletan oli tööl peale Hansu enda Margus Järv, Tiina Jõgeda, ja nüüd ma koban natuke, aga Allar Tankler ja Alari

Rammo võisid olla kas täitsa algusest või liituda koheselt. Osaliselt otsiti sinna nagu noori inimesi, muidugi selliseid, kes oleksid juba meedias mõnda aega tegutsenud ja omaksid nii suhtevõrgustikku kui ka mingisugust arusaama sellest, et mis on ajakirjandus. Tõsi ta on, et esimestel kuudel võttis Hans ka ise vaevaks tõsiselt tööd teha. Meil oli sellest palju kasu, kuna tema sekretär tõi lauale hommikul suitsud, mahlad, kohvid ja saiakesed, et kõik ülejäänud said reipalt ka oma hommikut alustada.

Sina liitusid millal?

Mina liitusin sinna mitte nüüd päris algusest, aga ma ei oska nüüd öelda, kas see oli paar nädalat või kuu hiljem.

Kuidas see töö alguses välja nägi?

Tööprotsess oli selline, et me kogunesime hirmvarasel kellaajal, kuna tegemist oli reaalajas tegutsemisega, me ei teinud õhtul midagi valmis. Arvasime, et kui me kogu seltskonna iga hommik sinna kokku saame ja ise läbi vaidleme, et siis on kohe näha, et need teemad, mis tekitavad debatti, tekitavad debatti ka laiemal pinnal. Kogunesime kaunis varakult, ma ei oska isegi öelda, kas see oli kuus või pool seitse, et eesmärk oli siis leida need teemad, mis on õhus, millest inimesed räägivad, mis võiksid tekitada palju arvamusi. Ja seejärel kolm neist teemadest kirjutasid toimetajad intrigeerivateks, irriteerivateks artikliteks, mis siis pidid kommentaatoreid arutama ärgitama.

Aga see on selline üldplaan, nagu comment või kommentaarium kui seisukohtade ja debati platvorm. Tegelikult Hansu ambitsioonid olid teistsugused, ta lootis, et peale arvamuste vahetuse plats, et tekib uus sisuline kvaliteet, uued ideed, ideoloogiad, et Eesti riigile ja ühiskonnale on sellest kasu, et intelligentsed inimesed, kes pole kunagi olnud ega saa pärismeediasse sellisel määral kaasatud, saavad ka sõna öelda. Nendest aruteludes võib sündida palju mõtteid, mis võivad meile kõigile oluliseks osutuda.

Peale selle oli tal siis ka teine unistus, mis mingis mõttes hakkab alles praegu täituma. Ta uskus, et inimesed saaksid teha ajakirjandust, ehk siis konkreetselt avades sellise vaba platvormi oma teadmiste ja mõtete avaldamiseks, hakkab sinna laekuma informatsiooni, mis on niivõrd väärtuslik, et omab ka tava- või päris- või vanas meedias elujõudu. Et meil on siis info kogumise kanal, aga minu arvates pole see ka maailmas siiamani praegu väga hästi realiseerunud. Ameerikas on hästi palju selliseid kodanikuajakirjanduse portaale, mis on endale välja võidelnud kohad Valges majas pressikonverentsidel. Eesti näited on võibolla pisemad, et siin olid see Pimedate Ööde filmifestival, kus nad akrediteerisid blogijaid. Toona ma arvan, et see jäi pigem unistuseks kui reaalsuseks.

Ja lisaks siis niiöelda aramuslugudele-kolumnikestele esialgse idee järgi olid peamised päevateemad, aktuaalsed teemad, siis nendele kolumnikestele pärisime juurde aramusliidritelt, ekspertidelt, spetsialistidelt lühikesed kommentaarid, et siis inimesele avati see teema nagu mitme kandi pealt. Aga oli see siis aegade diktaat või siis (ei saanud aru) omaduste kogu, et väga ruttu tekkisid meil ka niisugused ajatud teemad. Tekkis moraal teemana, kohe kindlasti hakkas see, teine või kolmas moodus, et me...(dešifreerimatu) ...kõige tsiteeritum, kindlasti tekkis suhteliselt ruttu religioon teemana, tekkis suhteliselt ruttu filosoofia teemana. Ja tekkisid ka sellised, mis ei olnud võibolla hetkeolukorra uudisest ajendatud teemad, mis olid võibolla laiemal päritolu

teemad, nagu näiteks sundüürnikele... toona olid probleem selles, et hinnad külmutatud, et nad ei tohtinud sellel pinnal elada, määrusega olid piirmäärad paigas ja kommunaaltasudena ei tohtinud raha koguda. Et kas kogu selline olukord oli toona õige otsus või mitte. Et tekitati nagu selline vaheklass, et korteriturul toona maju ei ehitatud, inimestel polnud kusagil elada, aga samas oli suur osa pindu nagu eliitsed, millega ei saanud mitte midagi ette võtta. Tekkisid nagu mitte otseselt päevapoliitilised teemad.

Aga kui palju neid kommentaare tulema hakkas?

Ütlen täitsa ausalt, et ma ei mäleta, mis nende esimeste päevade või nädalate kommentaaride arv võis olla. Et küll aga oskan ma öelda, et see kommentaarium muutus väga ruttu väga edukaks selles mõttes, et ta haaras kaasa mingisuguse kindla suure hulga inimesi. Ma mäletan, et kui me veebruaris alustasime, siis juunis pidasime Delfi pidu, mis oli mõeldud kommentaatoritele. Juunikuuks oli kindlasti käes olukord, kus kommentaaride arv ei olnud isegi enam sadades ja tuhandetes, vaid kohati kümnetes tuhandetes. See on täiesti uskumatu, et oli nii palju inimesi Eestis, kel oli nii palju aega, ja niisugune ligipääs arvutitele, kes said pühenduda uuele ja põnevale tegevusele, et oma mõtteid vahetada nii tervenisti.

Ma saan aru, et Luige mõte oli tuua uut väärtust, aga need kommentaarid tegelikult nii ei töötanud. Kas jõudsite ka need läbi lugeda ja modereerida?

Selles mõttes ei modereerinud, et lasime nad otse eetrisse. Aga me lugesime neid väga hoolega, et tookord oli situatsioon praegusest võibolla mõnevõrra erinev, et hommikupoole oli ajakirjanike töö nagu produkti mõttes, kogu ülejäänud päeva me lugesime kommentaare. Kui meil esimest korda oli kellakeeramise debatt, mis on teatavasti märtsis. Nagu see ikka on, ajast aega on kaks võitlushimulist leeri. Juurde võtsime, nagu ikka võetakse, kuulsa füsioloogiaprofessori Selma Teesalu kommentaari, kes teatavasti peab kellakeeramist kahjulikeks, eriti arenevatele organismidele. Ma mäletan nagu eile seda hetke, kui ekraanile ilmus Selma Teesalu... noh mis oli siis toimetuse põhitekst, kus me argumenteerisime, miks siis peaks keerama ja miks ei peaks keerama, ja siis seal spetsialisti kommentaari juurde ilmus esimene kommentaatori kirjutatud sõnum ja seal oli: „Pane ennast põlema”. Vaatasime sellise jahmumisega, kuna me olime siiski kõik nagu entusiastlikud ja vaimustunud ja ise väga uskusime sellesse üritusse. Ma ei tea, kuidas me nagu tardunult vaatasime seda ekraani, et kuidas saab keegi niimoodi kirjutada, ma arvan, et see tardumus kestis kuskil viis minutit, enne kui me selle kommentaari ära kustutasime. Me nagu ei suutnud reageerida, et me saime aru, et see ongi reaalsus, kuidas keegi tuleb ja kirjutab auväärt ja lugupeetud professorile, kõrgemas eas daamile, et pane ennast põlema. Et nagu need tabud või need ajendid, mis lahutavad tsiviliseeritud käitumist loomastunud isikutest, kadusid kohe esimeste kuudega, väga ruttu tekkisid need inimesed, kes siis otseses mõttes enda kibestumist või rahulolematust eluga valasidki anonüümsete kommentaaridena välja. Ka selle saatana päästsime kohe pudelist välja, seda ei tulnud kaua oodata.

Kas see oli siis... see küll väga edukas, aga kas oli see siis pettumus?

No selles mõttes ei olnud pettumus, et selle suure kommuuni teke, et nad nii innukalt tahtsid kaasa rääkida enamustel asjadel. Ega siis moraal ja religioon ja kõik need küsimused ja väärtushinnangud, et ega need oli seitsme aasta eest veel poolikumas seisus kui praegu, ja need pole meie riigis ikkagi nagu välja kujunenud. See näitab, et inimestel

oli vajadus sedalaadi mõttevahetuse järele. Ma ei ütleks, et kohe alguses meid valdas tunne, et me oleme läbi kukkunud, pigem olime suhteliselt entusiastlikud, et me nägime, et inimesed tahavad rääkida, et neid huvitab kaasa rääkida ka ajatumatel teemadel, päevapoliitilistel teemadel nagunii. Mingid päevapoliitilised teemad, mida me mingist hetkest hakkasime vältima, tekitas selle fenomeni, et meil tekkis kindel tunne, et parteide kontorite palgalised töötajad hakkasid omavahel vaidlema ja loomulikult väga teravalt vaidlema.

Juunis oli teil siis kommentaatoritega koos pidu, et oli seal siis palju rahvast?

Jah, seda ma isegi ei mäleta, kuidas see mõte võis tekkida või kellel. Igatahes me kuulutasime välja, et toimub pidu, sellises avalikus kohas nagu Pirita rannas päikeseloojangul, et mitte segada neid inimesi, kes tahavad päevitada ja ujuda. See nii nägigi välja, et meie toimetuse liikmetena läksime ise sinna randa kohale ja olime siis varunud mõningast sööki-jooki tõenäoliselt ja olime varunud ka hulgaliselt maske, kuna üks selle internetikommentaariumi fenomene oli selline... ma ei ütleks, et anonüümsus, vaid pigem see, et inimestel oli võimalik välja arendada oma päris-minast erinev või miks mitte ka sarnane, neil oli võimalik välja arendada mitmeid alter egosid, kes erinevatelt seisukohtadelt erinevatel teemadel sõna võtsid. Nagu see mängulisus oli osalejatele ilmselt ka oluline ja tekkisid väga selgelt identiteedid. Ja ta on ju ka päris-elus, esiteks me ise õppisime paljusid püsikommentaatoreid tundma, ja teiseks seda on Tartu Ülikoolis uuritud, et Delfi Commenti püsikommentaatorid, neid on uuritud, kirjeldatud ja nendega on räägitud. Üks kuulus oli Cafferlover, neegriarmastaja, kes alati väga humanistlikelt ja altruistlikelt positsioonidelt vaidles.

Cafferloveri identiteet sai alguse toona väga uudsena tundunud teemast, et kui sõna „neeger” on anglosaksi riikides ja keeltes halvustava tähendusega, siis meie oleme seda alati tarvitanud mittehalvustavas tähenduses. Et kas siis peaksime minema muu maailmaga ühte teed ja kasutama mitte enam sõna „neeger”, vaid misiganes, „aafriklane” või „afroameeriklane”, selle asemel midagi uut tarvitusele võtma. See teema tekitas kohutavalt kirgi millegipärast, kas neegrile tohib enam öelda „neeger”.

No ja sinna peole tulid põhimõtteliselt tuhanded inimesed, me olime ise suhteliselt vapustatud sellest inimhulgast. Ja muidugi oli ka väga tore, nad olid väga sõbralikud ja avatud, peeti spontaanseid kõnesid meie hangitud bussidel teatrimaskidel, pandi endale pähe, sündis üks avalik vaidlus, see pidu oli tõesti tohutult menukas. Ja sealt peost võibolla mingis mõttes algas see fenomen, et mind hämmastas. Need püsikommentaatorid moodustasid omavahelised kiiresti sidemed. Neil tekkis selline omalaadne klubi, mis minu arvates siiaamaani tegutseb. Huvitav fenomen oli see, et mina olin neist osadest mõned aastad noorem, et need ei olnud noored inimesed. Nad olid praeguses mõistes juba keskealised, noh toona võibolla kolmekümneandates. Kõrgesti haritud ja suhteliselt varakad, rahakad ja jõukad, kellel oligi jõudeaega ja võimalust hakata sellist sisu oma elule andma. Kellel võibolla polnud nii suurt muu elu ja töö koormust.

Minu jaoks oli hämmastav ka see, et näiteks noored kolleegid Allar Tankler ja Alari Rammo olid commenti töötajatena neist kindlasti palju nooremad, võibolla isegi poole nooremad, et meid pandi commenti töötajatena nagu lapsevanema rolli. Mis oli minu

jaoks ootamatu ja mis ei olnud väga meeldiv. Kommentaatoritele tundus, et toimetajate asi on lahendada nende omavahelisi eriarvamusi, kaasa aidata. Meid püüti ikka kõige uskumatutesse oma eraelulistesse probleemidesse kaasata.

Nagu neti vahendusel siis või?

Kuna meie nimed ja näod ja kontaktid olid kõik üleval ja me vastasime, kui keegi kirjutas, et nii, palun Lea, miks sa nii lolli teksti kirjutasid, ootasin paremat, ja siis sa vastasid, et armas sõber, enda meelest kirjutasin väga hea teksti, ise oled lolliks läinud. Ja kuna see suhtlus interneti vahendusel oli ka olemas, siis nagu toimetajatelt oodati palju rohkem kui lihtsalt ajakirjandusliku materjali ette andmist. Vähemalt ming see hämmastas.

Kas see muutus kurnavaks ka?

See niiväga ei kurnanud, aga lihtsalt nagu fenomen oli selline, et moodustus nagu pere, kommentaatorid võtsid lapse rolli ja ootasid, et neid suunataks, toetataks ja samas nende tegevust piiratakse, et proovisid nagu teismeliste järjekindlusega toimetajate valvsust üle kavaldada. Mul on konkreetselt meeles, et pikka aega oli kommentaatoritel väga lõbus ja kirjalikus vormis tehti kindlasti vähemalt tuhandet looritatud vihjed, et neil on nüüd oma koht, nagu selgus. Oma koht, nagu selgus, oli ühe vana artikli, mis oli kadunud kuhugi arhiiviavarustesse, sinna nad asutasid siis suhtlusgrupi – minu meelest oli see suhteliselt suvaline artikkel – nad hakkasid siis seal omavahel kommentaarides suhtlema. Ja siis nad kujutasid ette, et keegi teine peale nende enda seda saladust ei tea. Nad olid sinna kirjutanud juba 40 000 kommentaari ja sellest moodustus arhitektuurne vormiline vorm. Tekkis niisugune virtuaalne reaalsus täiesti.

Aga sellisest uudislikust aspektist vaadates ei olnud neist mingit kasu. Mulle meenub üks juhtum, et kui Tallinn Tartu maanteel läks üks tüdruk kaduma, Heidi Homutov oli, siis me kirjutasime artikli, kus kutsusime üles lugejaid ja kommentaatoreid üles, et kes on midagi kuulnud või märganud, et infot andma ja jagama. Minu meelest konkreetselt sealt kommentaariumist said nad sealt vihje, ma pole küll prokuratuuri esindajaga suhelnud ega uurijaga, mis üldse selle loo kohta on siia maani uuritud, aga tookord selleni ei jõutud ja vist ei jõuta mitte kunagi. See on valge kaubiku saladus. Ja siis kommentaari palus politsei maha võtta, et seda teavet varjata kurjategijate eest. Selles nagu seisnes uudislik lugu, et inimene oli kadunud ja me palusime teda otsida, see tekitaski tohutut vastukaja ja oli tuhandeid ja tuhandeid kommentaare, arutati, kuidas ja mida saaks teha, et kadunud tüdrukut ja tema jälgi leida.

Samamoodi me alustasime nende live-ülekannetega, Delfisse jõudis see varem kui kuhugi mujal, ma arvan. Ma ei suuda nüüd pead anda, aga mul on selline tunne, et esimest korda kirjutas toimetaja Eestis online'i, mida siis kohe ka avalikustati ja kommenteeriti, ajakirjanduslikku materjali. Ma arvan, et esimest korda tehti seda kontserdil ja ma arvan, et Allar tegi seda, Tankler. Aga siis see vorm hakkas meile väga meeldima, see võeti ka väga soojalt vastu. Tõllal ei olnud sellist võimalust, ka BNSi uudis sellist ülekannet ei toetanud. Kui oli mingi sündmus, millest ei olnud kohe võimalik pilti saada või kohe informatsiooni saada, siis me hakkasimegi seda lihtsalt niimoodi kirjutades ja jooksvalt avaldades sündmusi üle kandma. See oli füüsiliselt suhteliselt kurnav, aga väga tänuväärne.

Et kui me nüüd Commenti liikmeskonnast räägime, siis saagu ära märgitud, et lisaks Margus Järvele lisandus meil kevadel Sven Sapelson, kes on ka praegu ajakirjandusse jäänud, töötab praegu ajakirjanduses Ruum. Ja siis oli veel mõnda aega tööl Katrin Kern, kes osales keeleteimetajana, vaatas meie artiklid üle, sest keeleline tase ja kvaliteet olid meile hästi olulised. Et kuna me ise nagu väga jälgisime, et oleks kõik need lood kirjutatud kaunis ja ka huvitavas eesti keeles.

Aga ühel hetkel läks Delfist põhituumik minema?

See oli ärriline otsus, et tõesti-tõesti, kommentaariumikeskuse töötajatena me saime palka. Igal juhul ühel hetkel läksid Hansu teed Microlinkist lahku ja tõenäoliselt see siiski oli mõeldav ainult nii, et ta küsis suurendatud summat, mis ta Microlinkist tahtis saada selle teenuse eest. Fenomen oli tookord siiski üle-eestiline, täiesti tõsimeeli arutati seda konverentsil sellel tasemel, toonane välisminister Toomas-Hendrik Ilves tegi ettekande sellest, mis nüüd tema asjast arvab, ta arvas, et see on peldikusein, et midagi enam, et no *filthy*. No tema arvas halvasti, aga põhimõtteliselt see äratas nii palju tähelepanu, et ma ei imestaks, kui Ekspress Grupile hakkas vahepeal tunduma, et toote hind on võibolla liiga odav, et arvutifirma on saanud selle liiga odavalt.

Otsustati, et nii populaarne asi nagu kommentaarikeskus võiks pigem olla Ekspressi enda portaalil, ja ... töötajad kutsuti üle Megasse tööle, kus oli ka nagu kommentaarikeskus, aga see ei olnud nii edukas, ei olnud esimene, ta oli teine tulija. See know-how otsustati kodumajja tagasi tuua. Ja Delfi jätkas, jätkab siia maani sellega. Aga kindlasti, kuna iga asi on oma tegijate nägu, et kindlasti see asi muutus, teises. Mingi fenomen oli ka see, et kommuunid ehk Delfis tekkinud püsi kommentaatorid, need kolisid Mega kommentaarikeskusesse üle. Nad olid nagu ka veel lojaalsed, siis me olime juba tuttavaks saanud.

Millal see võis olla?

Arvan, et 2000. aasta novembriks võisime me juba Megas olla. Seal olid pikad kurnavad jutuajamised, tülid ja skandaalid. Koos uue (ei saa aru) meil koosseis ka vähenes. Ma ei mäleta, kuidas neid inimesi sealt ära tilkus, aga lõpuks me jäime põhimõtteliselt kolmekesi, et Tiina Jõgeda, Allar Tankler ja mina. Siis me istusime Ekspressi majas ühel teisel korrusel, kui me enne istusime, ja olime Mega kommentaarikeskus.

Ja siis Mega tuli üle, sellest sai Eesti Päevaleht online?

Ja põhimõtteliselt, kuna tookord oli EPLil kaks omanikku, lisaks Hans Luigele oli Bonnier'i firma, kes oli alla neelanud Marienbergi, kellega tegelikult kõiki oma aktsiaid toona jagasime, et riske hajutada, et neil Bonnieridel läks Rootsis internetiga halvasti, eriti halvasti läks üldportaalidel. Need muidugi nõuavad suuremaid investeeringuid kui ajalehe võrguväljaanne, kõikide nende lisateenuste väljaarendamine on kallim, sest programmeerimismahud on sellised, mis nõuavad suuremat investeeringut. Nad lihtsalt nõudsid, et Mega peab mitte lihtsalt alginvesteeringu tagasi teenima, vaid kasumit teenima. Seal oli eraldi arendusosakond, programmeerimisosakond, automüügiosakond – tegemist oli hiigelettevõttega. Nende nõudmine oli, et portaal tuleb sulgeda. Ekspress Grupi seisukoht oli, et enne võiks portaal raha tagasi teenida, mitte kohe kinni panna. Bonnier'i seisukoht oli, et seda ikka on vaja, mis lõi sellise mõra nende suhetesse, millest

tegelikult sai alguse lahkuminek Bonnierist. Aasta oli siis 2001, kui kevadel otsustati Mega sulgeda, seejärel ka üsna ruttu suleti ja otsustati, et selleks, et säiliks vähegi see internetialane know-how ja osalt ka toimetajate töökohad, otsustati selle Mega tiimiga üles pushida ühe oma ajalehe, Eesti Päevalehe võrguväljaanne. Mis oli väga edukas ja aastal 2001 oli Eesti Päevaleht kõige loetum ajaleht internetis.

Ja siis Megast sai EPL Online.

Jah, osa sealt tiimist asusid tööle Eesti Päevalehte ja tekitas Eesti Päevalehe võrguväljaande uue kujunduse ja uue struktuuri ja mingis ulatuses ka uue sisu, nii nagu ta aastal 2001 oli.

Aga kes sina siis onlainis olid?

Endine Mega peatoimetaja, Hõbemägi tuli jaanuaris 2001 Eesti Päevalehe peatoimetajaks. Suvel olin mina Mega peatoimetaja ja siis sattusin jälle Päevalehte koos Priiduga. Minu arvates oli neil enne väike formaalne toimetus olemas. Kaks või kolm inimest. Mõnda nime ma mäletan – Indrek Ibrus oli, aga oli tal kaks reporterit, ma ei mäleta. Ka toimetuses me kutsusime loodavasse onlaini inimesi juurde, et oli ka võimalik lisanduda sellesse tiimi. Osa paberlehe toimetusest, kes oli siin töötanud, valis selle uue asja, et proovida interneti ja veebi, Piret Peensoo oli kohe kindlasti. Aga kes need veel paberlehe toimetusest algul kaasa tulid... ma arvan, et üks krimireporter oli, Arvi Tapver. Ma enam nii hästi ei erista, meie muutusime Päevalehe inimesteks ja nemad olid Päevalehe inimesed, ma isegi ei oska tagantjärele nimesid nimetada.

Hankewitz, tema tuli ka Megast, eksole?

Jah, ta oli Megas... internetis on tavaks nimetada inimesi toimetajaks, kuigi sisuliselt on see reporterit roll, nad valivad ja edastavad informatsiooni. Aga erinevalt tavalehe toimetusest, kus on küljekujundaja rollis, teevad nad sisuliselt reporterit tööd, helistavad, vajadusel käivad kohal ja onlaini spetsiifikat arvestades tänapäeval lausa filmivad, mitte enam ei pildista ja lindista. Tema oli üks Mega toimetajatest, kes tuli siia kaasa. Askur tuli veel, Erki, Marge Varma, kes on praeguseks lahkunud Eesti Päevalehest. Ma ei mäleta, keda ma ära olen unustanud ja solvan. Toomas Kümmel oli, tema oli mul Megas reporter ja tuli kaasa.

Kui Megast sai EPL Online, kas eesmärk oli teha sama asja kui Delfis?

Ma ei mäleta, aga muidugi loomulikult on see kõik äriettevõtte, see on kogu meedia eesmärk saada võimalikult suur lugejaskond ja kasutajaskond internetis. Toona olid külastatavuse markerid teised, praegu on internetimaailmas unic userid, kes lähevad arvesse. Toona järgiti page view'sid, klikke, aga see võibolla pole kõige õigem asi, sest üks inimene võib klikkida sadu kordi, seetõttu on kasutajate hulk täpsem määratlus. Äriliselt on eesmärk raha teenida, aga ajakirjanikud tahavad ikka teha head ajakirjandust.

Postimees Online's oli alguses kolm inimest tööl, EPLis rohkem, kas see kuidagi mõjutas?

Jaa, kindlasti võib algusaegade edu mingil määral seletada, et osalt oli see interneti *know-how*, mis Mega inimestega tuli sisse. Aga teisalt oli see, et julgeti anda ressursi. Nii sedamööda, kuidas Päevalehes muud projektid olid esiplaanil või muid asju peeti tähtsamaks, sedamööda kuidas onlaini ressursi peale vähenes, sedamööda ka edukus kohe

väheneb. On väga selgelt näha, et Postimees on meist julgemalt talitanud, sest nad on viimase aasta-pooleteisega sinna sisse pannud väga palju ressursi. Ka Mega loomisega võrreldavad paarkümmend miljonit on nad investeeringuna sinna sisse pannud ja seal töötab 31 inimest. Et nad julgesid otsustada ja teha seda, ja see toob edu. Et me julgeme ja tahame saada esimeseks ja anda iga sammu peale ressursi. Tõllal oli meil ressurss ja oli edu.

Kui nüüd võrdled tollaseid ootusi ja seda, mis on neist saanud tänaseks, mis sa siis mõtled?

See on väga erinev, sest näiteks Delfi kommentaare enam ei loe, pole aastaid lugenud. Sellenimeline portaal on minu jaoks kaotanud huvi, nad ise ei tooda praktiliselt uudiseid, suure uudistetarbijana ei ole mul mõtet sinna minna. Ka kohaliku kommentaariumi tase on seal kõige labasem, seal on kõige rohkem kollektiivi halvemad iseloomuomadused löövad välja. Minu jaoks on see nagu tabloid, kus löövad välja kired, loomalik vihkamine esile tõusevad, aga tegelt see võibolla pole nii. Võibolla ma seda kommentaariumi nagu ei oska iseloomustada.

Lisa 5

Priit Hõbemägi, Mega peatoimetaja aastatel 1999-2001

Intervjuu toimus 30. mail 2007

Kuidas, mis asjaoludel Mega kommentaarium tekkis?

Nagu ma ütlesin, et mälestused väga hägused. Minu meelest oli kuidagi niimoodi, et Luik tegi kommentaariumi Delfi juurde ja see oligi täiesti arusaamatu olukord, sest Ekspress Grupil oli Mega, ja see oli niiõelda nõukogu poolt heaks kiidetud suur investeering ja tähtis ettevõtmine. Aga samal ajal oli siis otsese konkurendi kõige loetavam – ja loetavus on internetis kõige tähtsam – oli kommentaarium, mis oli Luige poolt alustatud ja kus tollal töötasid, ma ei tea, Sven Sapelson, Lea oli, kes seal veel olid. See kõik funktsioneeris väga hästi. Ja siis oligi nagu väga pentsik tunne. Ühest küljest peab nagu konkureerima, aga samal ajal inimesed, kes konkureerivad, on nagu omad. See tekitas sellist kimbatust, arusaamatust olukorda.

Ja siis oli kuidagi niimoodi, et otsustati, et tuleb ikka see kommentaarium kuidagi nagu terve täiega ikkagi Delfist tagasi sikutada Megasse. Ma ei mäleta, kes kellega rääkis ja kuidas, aga Luigel oli minu meelest selles kõiges oluline osa. Sest et tal oli mingi erikokkulepe selle Martinsoniga, kes oli tollal seal. Mingisugune erikokkulepe, et ta saab selle kaasa võtta mingitel tingimustel, tal oli seal mingisugune optsioon selle kõige peale. Mingisugused läbirääkimised, mida ma ei mäleta, toimusid. Aga lõpuks kõik lõppes ikka niimoodi, et Jõgeda tuli, Lea tuli, ma ei mäleta, kas oli seal keegi veel, Askur võibolla – nemad siis tulid üle kogu täiega. Ja siis me tegime oma kommentaariumi. Mis selle nimi oli, kommentaarikeskus oli minuteada, Delfil oli Comment ja Megal oli kommentaarikeskus.

Põhimõtteliselt tuli sama seltskond üle?

Põhimõtteliselt tuli sama seltskond. Ja Mega oli siin majas neljandal-viiendal korrusel, siiaaani on silt ukse peal, et Mega. Loosung oli veel „Mega, lihtsam elu”, aga nüüd on vist „lihtsam elu” ainult järgi, viies korrus jah.

Ja siis tulid kõik sinna. Ruumi oli seal hästi vähe, ühes toas olin mina ja minu meelest keegi veel, siuke normaalne, kahe-kolme inimese tuba. Ja see seltskond tuli üle ja seal oli tõesti hästi vähe ruumi, ja keegi ruumi juurde ei andnud. Ja siis hakkas üks igavene pinnimine, et siin on nii kitsas ja nii edasi. Kolisin oma toast välja ja ütlesin, et istuge kogu oma kommentaariumiga sinna. Ja siis oli niimoodi, et üks tuba sai kommentaariumile, minu meelest oli seal Lea, Tiina Jõgeda oli, ja niimoodi me siis seal töötasime. Neil oli mingi oma rutiin, nad hommikul arutasid teemasid, et mis kell see seal tavaliselt oli, mingi 10-11 paiku, kui kõik olid lehed läbi lugenud, kogunesime sinna tupp, kõõlusime ja arutlesime, et millest võiks teha ja... siuksed lühikesed lood olid suhteliselt. Millest võiks mida teha ja Luik käis teinekord läbi ja me siis püüdsime olla sellised hästi reaktiivsed, teemadega kiiresti seal reageerida. Rohkem muud nagu ma ei mäletagi.

Mingit põhimõtteliselt erinevust Delfi kommentaariumiga, tööpõhimõttelistes teemades ei olnud minu meelest. Delfi jätkas commenti tegemist, välja nad ei surnud, oluliselt viletsamaks ka ei läinud. Mõlemad olid enam-vähem ühesugused, ma ei oska näha erinevust, et üks oleks parem olnud või teine kehvem.

Kas see üleminek oli suvel?

Seda ma absoluutselt ei mäleta, seda, millal kes kuhu tuli.

Kas see, et Delfi oli ikkagi esimene ja kuigi sama seltskond tuli üle, et kuna Delfi oli esimene, siis Mega ei suutnud oma kommentaariumiga sellest mööda minna?

Aga mis see möödaminemine on?

Rohkem loetud, rohkem kommenteeritud.

Aga... ma ei tea. Selleks peab neid numbreid vaatama, loetavust, ma ei mäleta neid. Kuna lõppkokkuvõttes otsustati, et seda kõike pole vaja, tõmmati vesi peale, siis ta ongi jäänud selliseks etapiks. See on Ekspress Grupi tehtud, siin on aastate jooksul tehtud kümneid, kümneid, kümneid ajakirju, asju, lehekesi – nad on kõik kadunud ajalukku. Ja need, mis kaovad ära, neid inimesed ei mäleta, peavad neid mitteoluliseks. Ja sellepärast ma ei oska sulle öelda. See, milline ta loetavus oli – ma ei oska öelda seda sulle. Aga kui sa ütled, et üks oli rohkem loetud ja teine vähem, siis sa pead seda tõestama. Seda saab väita ainult tolleaegsete logide põhjal. Ja need logid peavad olema välja võetud justnimelt sellest konkreetsest... siis mõõdeti analoogprogrammiga. Siis see peab näitama konkreetset seda kommentaarikeskuse ja kommenti loetavust, siis saab neid võrrelda. Ma arvan, et loeti rohkem, see on laest võetud.

Saan aru, et kommentaarikeskus askeldas iseseisvalt?

Jah.

Aga kui Mega tuli Päevalehte, siis olid sina juba peatoimetaja. Kas Päevalehes jätkas kommentaarium või oli lihtsalt niisama?

Ei, minu meelest oli see asi hoopis niimoodi, et... Et seda Mega ei saanud siis korstnasse kirjutada. Kuna tema jaoks oli tehtud ikkagi niivõrd suuri kulutusi, siis oli võimatu talle kriipsu peale tõmmata, see oleks olnud kuidagi väga mäge lugu. Ja sellepärast otsiti võimalust, kuidas osa sellest Megast kuskile kasvõi üle kanda. Ekspress Grupile, Päevalehele. Mis oli kindlasti raha ühest taskust teise tõstmine, aga jättis siiski mulje, et kogu eksperimendist jäi alles mingi käegakatsutav asi, millel oli väärtus. Vastasel korral poleks väärtust absoluutselt olnud, ainult kulud. Ja see, mille Päevaleht üle võttis, oli ju sisuliselt mingisugune programmijupp. Küsi asjatundjate käest, kas see programmijupp ka virtuaalselt kuskil eksisteeris, mina küll ei julge pead anda. Sellepärast et Päevalehe onlain oli ju olemas. See, mida Mega temaga ühendas, oli minu meelest see, et osa inimesi võeti sinna üle, töölepingutega mis ei katkenud nagu Askur, Kümmel, Lea, Sven ka. Aga et seal midagi muud oleks olnud, minu meelest küll ei olnud.

Lisa 6

Postimehe veebimeister Tarmo Lamp

Intervjuu toimumise aeg 20. aprill 2007

Millal online-uudised kui sellised tulid?

Online-uudised tulid 99. aastal, olime veel Tatari tänaval, 99. aasta suvel kolitigi Tatari tänavalt lõplikult ära sinna uude majja. Selle majaga ma mäletan, et seal jooksis, kuna IT-tüübid asusid seal lähedal, siis nad kirjutasid skripti, kuidas online-uudiste veergu meie vana põhja külge liita. Aga siis need kommentaaride osa polnud, see ei olnud võimalik.

Kas mõte oli tehagi vana mootor ja uus juurde või mis?

Ei, see oli vahepealne variant. Aastani 99 online-toimetusest kui sellisest võis ainult rääkida, sest põhimõtteliselt oli tegemist paberlehe arhiveerimisega digitaalsel kujul, sest mingit lisaväärtust seal ei loodud mitte mingisugusel kujul.

Rääkisime vaidlustest, mida toimetuses peeti, et kui Jaanus Lillenberg muudkui rääkis, et teeme ja teeme ja teeme, siis lehe pool ei olnud sellest väga huvitatud.

Oskad ehk rohkem rääkida sisu, milles vaidlus seisnes?

Sellel ajal ei nähtud seda... väga raske oli majanduslikult põhjendada, miks see kasulik on. Kuskil juhtkonna tasandil nähti seda, et see on ainult ressurssinõudev asi, et me kolmekesi hakkasime sellest heietema – Jaanus Lillenberg, Kristina Jantson ja mina – et võiks mõelda tulevikus. Kuna meie enda koormus absoluutselt ei võimaldanud... kolmekesi piisaski, et kuus päeva hoida seda online-keskkonda üleval, ja uudiste sisestamine oli ka klikiaegne, võttis päris palju aega, siis arendada sealt... aastani 2000, kui tuli meil see uus kujundus välja, sinnamaani me tegime seal kõik ise, kujundused ja asjad ja kirjutasime selle koodi. See oli kõik meie enda käsitöö, väljastpoolt ei olnud mitte midagi. Juhtkonnal ei nähtud seda kohta, et okei, me võidame isegi mingeid lugejaid, aga kuidas seda asja rahaks teha? See bannerdus oli meil mingi 98-99, umbes seal vahepeal. 98 kolisime kõik Tartust Tallinnasse, siis igatahes veel ei olnud. See oli pigem nagu selline esimene pääsuke, ega see ei olnudki finantsiliselt see väärtus nii tähtis. Pigem oli see, et meil on ka nüüd banner olemas, see koht. Ses mõttes, et... kõigil puudus idee, kuidas seda tegema hakata. Sellest johtuval veel hiljem, kui see kommentaarikeskus loodi ja see käima läks, ja igat lugu sai eraldi kommenteerima hakata, siis tehti hästi palju vigu. Vigu selles suhtes, et arvati, et kuidagi peaks selle muutma tasuliseks või mingeid selliseid asju, millega peletati hästi palju kommenteerijaid minema tegelikult.

2000-2001 põdesime kõik need lapsehaigused läbi, katsetasime kõiki asju, et mis asi nagu toimib.

Kas teil ka Mega ja Delfi olid eeskujuks?

See oligi, et aastal 2000 oli kõik olemas. See Hans H Luige mõte, et see on nagu kollektiivne aju, ta ju isegi juhtis seda paar kuud, et oli nõus seal olema – tema nägi küll seda siniste silmadega. Et see on mingine asi, mis tekitab ühise jõu, et mõttetalgud ja mõttekojad hakkavad seal olema ja milles ta väga kiiresti pettus ja jalga lasi. Me olime ses samas laines, see oligi nagu debatiplats, arvamusplats eraldi netikeskkonnana, ühiskonnas olulistel teemadel mõtete vahetamiseks.

Kui alustasite, siis kas ootasite ka, et tuleks meeletu kommentaaride laviin või lootsite või kartsite seda?

Meil kommentaaride arvust ei olnud juttu, lootsime, et see läheb käima. Et see on nagu see asi, mis võiks... kui online-uudiste tootmine oli lapsekingades sel hetkel, suhteliselt väike oli produktiivsus, siis see oli kindlasti üks koht, millega lisati lehekeskkonnale lisaväärtust. See ei olnud enam lihtsalt Postimehe arhiiv, vaid midagi muud, et see lugeja tuli sinna ja siis oli selgelt üks asi, mis oli teistmoodi, ja mida paberlehes pole kunagi võimalik teha ega tekitada. Alguses küll kommentaaridele kindlasti ei mõeldud, aga samas oli näha, et konkurent, et tal olid mingisugused asjad ja lugejate arv oli tunduvalt suurem. Selle ideeni jõudsime alles paar aastat tagasi, et siis sa peadki tavalisest ajalehekeskkonnast laienema selliseks poolportaaliks, selliseks keskkonnaks, kus on hästi palju erinevaid lisaväärtusi. Et inimene võibki jääda ja jääbki sulle truuks, et tal ei ole vaja mitte mingisugust muud internetikeskkonda külastada. Kaks-kolm aastat tagasi oli veel täiesti normaalne, et kui inimene tundis ühiskonna asjade vastu huvi, siis tal oli vähemasti kolm-neli lemmikut, ta ei piirdunud ühega. Nüüd on niimoodi, et isiklik aeg on läinud nii kalliks, et sa ei jõua võibolla enam ühest väljagi kui avastad, et oled juba ära raisanud selle aja. See ongi Delfi ja Mega fenomen, millest me sel hetkel aru ei saanud. Meie arvasime niimoodi, et meil on kvaliteetleht, eksole, siin on kvaliteetne kommentaarium ja asi läheb nagu niimoodi käima.

Mis teil alguses oli tehniliselt, mis seal juhtus?

See ei olnud otseselt seotud kommentaariumiga. Nagu iga uue, kui teed täiesti nullist mingi asja. Sa võid küll läbi mängida ja teha koormusteste, aga sa ei näe ette, et mootor ei pea vastu või server ei pea vastu või... nädala jooksul oli selge, kus need lapsehaigused on, server parandati ära. Seda ma küll ei mäleta, et ükski põhjus oleks selles olnud, et kommentaarikeskus oli ka. Mäletan, et me duubeldasime esimest nädalat uude ja vanasse kujundusse, et oleks nii vanas kui uues vormis.

Online-toimetuse alguses kolmekesi, siis Taivo Paju läks 2001. aastal millalgi ära ja kas hakkas siis asi kiiresti kasvama?

Ta oli kaua aega tegelikult niimoodi, et... siis oligi selline ajajärk, et okei, me lükkasime need online-uudised käima, aga koguaeg otsid seda optimaalset vormi. Selleks ajaks, kui Taivo Paju ära läks, oli meil selge, et selleks, et ta toimiks, on meil kindlasti vaja endal kahte-kolme inimest vähemalt, et teda hoida elus. Lootsime, et paberleht nagu ka sealt kõrvalt nagu teeb uudiseid meile juurde, et seal vähemasti oleks minimaalne uudiste kogus, et see kindlasti peab olema meie enda osakonna koosseisus. See oli nagu selge, et jätkus paralleelselt see, et me püüdsime – Taivo Paju läks ära, Kristjan Otsmann tuli asemele, et ma mäletan, et isegi tema ajal veel me proovisime - igasuguste erinevate asjadega motiveerida paberlehte lugusid kirjutama. Küll me premeerisime parimaid nädala parimat kolme lugude tootjat, küll rahaliselt, küll nänniga. See oli juhtkonnaga läbi räägitud, et selline otsus oli vastu võetud. See ei töötanud sellepärast, et umbes kahe kuu pärast oli selge, et kui esmaspäeval üks tüüp võttiski eesmärgiks toota 20 lugu, siis ülejäänud tüüpidel – siis oli veel oma asju ka omast vabast ajast, eksole – siis oligi selge, et see on nädala kinnipanija. Ülejäänutel kadus igasugune motivatsioon hakata seda asja tegema, see läks sellepärast meil luhta.

Kristjan Otsmanni ajal tuli ka kommenteerimise vabakslaskmine.

Meil oli seal mitu asja, mis meil olid valesti tehtud, tagantjäre. Üks oli see, et meil oli teatud kellaajani said lugeda online-versiooni siis, kella kaheni, kui olid maksnud selle eest, pärast seda läks kogu asi avalikuks. Kellaaeg küll kõikus seal, vahepeal oli isegi kell viis lausa. Ja siis kommenteerimisega oli samamoodi, et kui registreerida kasutajaks ja. Alles paar aastat tagasi saime sellest lahti, et inimestel oli kusagil mälus see, et meil on nagu selline kommentaarikeskkond, et nad ei hakkagi nagu proovima, et see on nii raske ja tüütu ja nad ei viitsi sinna nagu... et loevad küll, aga kommenteerima ei tule. See oli sellepärast, et kui nüüd vaadata, millal lugejad sisenevad, millistel kellaaegadel rohkem lugejaid on, siis kella kahest vastupidi hakkab see trend langema, kui meie tegime alles ukse lahti. Kella 8-9 on see kõige intensiivsem aeg, põhimõtteliselt kella 8-12 käib enamus lugejaid ära ja siis hiljem tullakse võibolla uuesti tagasi. Tänapäeval eks ole kuna uudiste keskkond produtseerib nii palju uudiseid juurde, et mis on veel teisel päeva poolel juhtunud. Aga mitte kõik ei tule tagasi, kes hommikul on, vähesed tulevad. Aga puudus nii täpne statistika ja counterid.

Sel hetkel ei olnud see ka veel nii oluline, kommentaariumite osa. Tähtis oli saada eelkõige see pool tööle, kuhu kohta neid kommentaare kirjutada, ehk siis online-lugude pool korda, et siis oleks minimaalne toodang nende online-lugude kohapealt. Selle kommentaaride ja sealtpidi nagu nende lugejate meelitamine, see tuli hiljem. Mingi 2004 võibolla. Kui mõelda kõigi nende meetodite peale, kuidas lugejat hoida ja meelitada, hoides lojaalseks teha, et milline nagu terviknägemus on. Et praegu võib ilusti vaadata, et see lugu, mis on saanud kõige rohkem kommentaare, ütleme pronksõdur näiteks tänapäeval, et pruugi olla üldse kõige loetavam lugu. See on selline teema, mis enamus inimesi ei jäta külmaks. On mingi seisukoht, kas must või valge, ja paljud tahavad selle kohe välja öelda.

Tollase hetke kommentaarid olid kordades pikem ja kvaliteetsem, kümne kommentaariga sai kõik ära öeldud, mida sellele artiklile lisada oli.

Lisa 7

Eesti Päevalehe online-väljaande ja paberlehe uudisterubriigis olevate pealkirjade võrdlus (paksus kirjas on kattuvad pealkirjad)

15. august 2007 online	16. august 2007 paberleht
Veok sõitis otsa treeninud jalgratturitele	Vabadussõja võidusambana kerkib Ingeri bastionile 28-meetrine rist
Ringmaa sai kohtu petmise eest suhtlemiskeelu	Esmaspäeval esitletakse Lennart Meri kodus tema poliitilist testamenti
Läbikukkunud klubimuusika pidu tõi korraldajale võlad kaela	ETV teine kanal on plaanis käivitada juba järgmisel aastal
Eesti mees laseb Mehhiko illegaalidel Montoni rõivaid kopeerida	Erialane töö teeb ülikoolidiplomi saamise kiiremaks
Vabadussõja võidusambaks tuleb 28-meetrine rist	Veealused ekskavaatorid tühjendavad uppunud laeva
Ministeerium: töötavate inimeste arv väheneb (järgmise päeva majanduses)	Eesti geeniteadlased rabelevad kümnetes uurimisrühmades
Uleskutse! Kuidas teie 1941. aasta sündmusi mäletate?	Kirikutes tuuritavad artistid ei kibe ruumide eest raha annetama
Kapo tabas lõhkeainega äritseja püüdnud kaevurid	Ruhnlaste laev valmib Haapsalus
Ansip: Naši on nagu hitlerjuugend Saksamaal	Sõbraga kohtumine tõi Ringmaale taas kaasa suhtlemispiirangu
Politsei palub abi tagaotsitava leidmisel	Nokia võtab tagasi praagid akud
Lugeja kirjutab: Eesti jahipurjetajad naudidvad edukaimat hooaega	Ansip: Naši on nagu hitlerjuugend
Kruuda Ärielu peatoimetajaks saab Hansapanga pressiesindaja (meediaküljel)	Kapo tabas lõhkeainega äritseja püüdnud kaevurid
Matteli mürgiseid mänguasju müüakse ka Eestis	Harjumaal avastati harvaesinev nakkushaigus
Harjumaal avastati inimesel harvaesinev nakkushaigus tulareemia	9400 kilomeetrit 857 liitrit fritüürioli ja 35 liitrit diisliga
Sügisel lõpevad Riia–Kuressaare lennud	Matteli mürgised mänguasjad korjatakse ka Eestis müügilt
Turistid toodi Saaremaal taas paatides laevalt kaldale	Juubeli tähistamiseks 22,6 miljonit
Maakonna koolid otsivad õpetajaid	Sügisel lõpevad Riia-Kuressaare lennud
Saarde vald üllatas sajaseks saavat naist kurepesaga	Politseimundriga naljataja pääses süüst
Tartus laiutab ühiselamukohapõud	
Venemaa reostab Peipsi vett	
Postimees: Tivoli Tuuri kindlustusleping võib kehtida vaid Poolas	
Vasakukäelisuse ja skisofreenia seos selgus Eesti teadlaste abiga	

Politsei tulistas kihutajat rehvidesse	
SL Õhtuleht: Keskerakond kinkis suursponsorile magusa maatüki	
Kirikud arendavad aktiivselt kinnisvara (paber)	
Tõnismäel lõppesid haljastustööd (paber)	
Soojad ilmad töid kaasa uppumissurmade laine (paber)	
Tuntud arsti ja Keila poliitiku Andrus Loogi peksjad jäid leidmata (paber)	
Eestiski popp Bulgaaria kuurort turistidele ohtlik (paber)	
Endine siseminister Seppik sai patriarh Aleksiuselt ordeni (paber)	
Omaavalitsused saavad ligipääsu maksuandmetele (paber)	
Vanuritel on hooldekodusse üha keerulisem kohta saada (paber)	

Lisa 8

Postimehe võrguväljaande ja paberlehe uudisterubriigis olevate pealkirjade võrdlus (kattuvad pealkirjad on paksus kirjas)

15. august 2007 online	16.august 2007 paberleht
Küsitlus: Eesti-Vene suhted ei muutu	Kaevurid pakkusid kapole rekordkogust lõhkeainet
Sigtunas avati mälestustahvel Eesti koolile	Sinivetikad tekitasid Kauksi rannas paanika
Video: kuumalaine põhjustab hulljulgete vettelhüppajate traumasid	Abipolitseinike veebileht tutvustab neid avalikkusele
Valitsus eraldab riigi juubeli tähistamiseks 22,6 miljonit	PILTUUDIS: Lätlane puistas tee õllepudeleid täis
Ajutiselt ei töötanud EMT m-parkimise süsteem	Vabadussamba konkursi võitis 28 meetri kõrgune monument
Aus leidja sai tänukingi kätte	Lukas: tõhus palgatõus tooks õpetajad kooli
Kauksis tekkis sinivetikapaanika	Kasvataja valis tasuvama töö
Abipolitseinikud said oma veebilehe	Rotaviiruse jäljed viivad Türi järveni
Eestis müüdi mürgistest lelustest enim Barbie'sid (välismaa)	Purjejaht naasis võidukalt koju
Eestlannast narkokuller ei soovi kodumaale naasta	Veoauto rammis rattakolonni
Žürii valis välja vabadussamba võidutöö	Politseimundriga naljatanu pääses väärtesüüst
Kapo tabas lõhkeainega smugeldanud kaevurid	Omavalitsused saavad õiguse uurida sissetulekuid
Ansip võrdles našiste Hitlerjugendiga	Harjumaal leiti tulareemiahaige
Eestlasest narkokuller: Venezuelas kontrollitakse kõiki	
Matteli mürgiseid lelusid müüdi ka Eestis (välismaa)	
Tallinn kattis malevlased oma lipuga	
Moskva-Tallinn rongide sõidugraafikus pole endiselt selgust	
Ain Seppik sai Vene patriarh Aleksiuselt ordeni	
Harjumaal avastati haruldane nakkushaigus	
Lääne-Virumaal laiub 110-hektariline kanepipõld (majandusküljel)	
Töömehed niidavad Viljandi järve luhta	
Vanurid saavad üha raskemini hooldekodukohta	
Tartu tudengeid kimbutab ühikakohtade põud (paber)	
Tivoli Tuuri kindlustusleping võib advokaadi sõnul kehtida vaid Poolas (paber)	
Jõevähi kaitseala loomise idee läks luhta (paber)	
Haldusreform vaagub juba teist aastat hinge (paber)	

Parkimistrahvide aegumise küsimuses valitseb segadus (paber)	
Eesti-Vene suhted püsivad madalseisus (paber)	
Vasakukäelisuse ja skisofreenia seos selgus Eesti teadlaste abiga (paber)	
Vargad viisid väärtusliku mündi- ja margikollektsiooni	
Mees varastas tanklast erootikaajakirju	
Veok rammis treenivaid ratureid	
Läti veoautojuht puistas Pärnumaal tee õllepudeleid täis	
Kaks ratturit pörkas kokku	